

H20年通信利用動向調査(企業編)の概要

1 調査の目的等

本調査は、企業を対象に行った統計報告調整法に基づく承認統計調査である。この調査により、企業における通信ネットワークの構築状況及び情報通信の利用動向を把握し、情報通信行政の施策の策定及び評価のための基礎資料とする。

2 調査の概要

(1)調査の範囲等

調査の範囲	地域	全国																
	企業	以下の産業に属する、常用雇用者が100人以上の企業(事業所本所又は単独事業所)																
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>調査における産業区分</th> <th>日本標準産業分類(平成19年11月改訂)上の産業分類との比較</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>建設業</td> <td>「D 建設業」</td> </tr> <tr> <td>製造業</td> <td>「E 製造業」</td> </tr> <tr> <td>運輸業</td> <td>「H 運輸業, 郵便業」</td> </tr> <tr> <td>卸売・小売業</td> <td>「I 卸売業, 小売業」</td> </tr> <tr> <td>金融・保険業</td> <td>「J 金融業, 保険業」</td> </tr> <tr> <td>不動産業</td> <td>「K 不動産業, 物品賃貸業」(中分類「70 物品賃貸業」を除く)</td> </tr> <tr> <td>サービス業、その他</td> <td>「F 電気・ガス・熱供給・水道業」、「G 情報通信業」、 「K 不動産業, 物品賃貸業」のうち中分類「70 物品賃貸業」、 「L 学術研究, 専門・技術サービス業」、「M 宿泊業, 飲食サービス業」、 「N 生活関連サービス業, 娯楽業」、「O 教育, 学習支援業」、 「P 医療、福祉」、「P 複合サービス事業」 及び「R サービス業(他に分類されないもの)」</td> </tr> </tbody> </table>	調査における産業区分	日本標準産業分類(平成19年11月改訂)上の産業分類との比較	建設業	「D 建設業」	製造業	「E 製造業」	運輸業	「H 運輸業, 郵便業」	卸売・小売業	「I 卸売業, 小売業」	金融・保険業	「J 金融業, 保険業」	不動産業	「K 不動産業, 物品賃貸業」(中分類「70 物品賃貸業」を除く)	サービス業、その他	「F 電気・ガス・熱供給・水道業」、「G 情報通信業」、 「K 不動産業, 物品賃貸業」のうち中分類「70 物品賃貸業」、 「L 学術研究, 専門・技術サービス業」、「M 宿泊業, 飲食サービス業」、 「N 生活関連サービス業, 娯楽業」、「O 教育, 学習支援業」、 「P 医療、福祉」、「P 複合サービス事業」 及び「R サービス業(他に分類されないもの)」
調査における産業区分	日本標準産業分類(平成19年11月改訂)上の産業分類との比較																	
建設業	「D 建設業」																	
製造業	「E 製造業」																	
運輸業	「H 運輸業, 郵便業」																	
卸売・小売業	「I 卸売業, 小売業」																	
金融・保険業	「J 金融業, 保険業」																	
不動産業	「K 不動産業, 物品賃貸業」(中分類「70 物品賃貸業」を除く)																	
サービス業、その他	「F 電気・ガス・熱供給・水道業」、「G 情報通信業」、 「K 不動産業, 物品賃貸業」のうち中分類「70 物品賃貸業」、 「L 学術研究, 専門・技術サービス業」、「M 宿泊業, 飲食サービス業」、 「N 生活関連サービス業, 娯楽業」、「O 教育, 学習支援業」、 「P 医療、福祉」、「P 複合サービス事業」 及び「R サービス業(他に分類されないもの)」																	
客体の 選定方法等	使用名簿	事業所・企業データベース母集団情報																
	選定方法	無作為抽出																
	抽出方法	常用雇用者規模を層化基準とした業種別の系統抽出法																
	抽出数	2,870企業																
調査方法	郵送による調査票の送付・回収、報告者自記入による																	
調査時期	平成21年1月																	

(2)調査事項

- ・調査対象企業の属性
- ・通信網やインターネット等の構築・利用状況
- ・電子商取引
- ・テレワークの導入状況、目的、効果
- ・従業員へのICT(IT)教育の状況
- ・情報通信ネットワークの安全対策

3 有効回答数(率)

2,012(70.1%)【前回:2,158(75.7%)】

産業	建設業	258
	製造業	415
	運輸業	275
	卸売・小売業	341
	金融・保険業	187
	不動産業	182
	サービス業、その他	354
計		2,012

地方	北海道	127
	東北	144
	北関東	110
	南関東	497
	北陸	116
	甲信越	144
	東海	190
	近畿	239
	中国	158
	四国	123
九州・沖縄	164	
計		2,012

従業者規模	100-299人	1072
	300-999人	451
	1000-1999人	243
	2000人以上	246
計		2,012

4 集計結果の留意事項

(1) 比重調整について

調査対象の選定においては、産業・従業者規模ごとに企業数を反映させるように配意した業種別の系統抽出法を採用した。しかし、回収率が産業・従業者規模により異なっており、回収結果の地方別産業構成は母集団と多少の乖離が生じているため、母集団を正しく推計することが困難となる。よって、本調査では、「事業所・企業データベース母集団情報」及び「平成20年通信利用動向調査(企業)」の有効回答(合計2,012)を用いて算出した下記の比重値を回収結果に乘じ、母集団の産業・従業者規模構成と一致する比重調整を行った上で分析している。

【地方・産業別比重値】

地方 \ 産業	建設業	製造業	運輸業	卸売・小売業	金融・保険業	不動産業	サービス業、その他
北海道	0.25069	0.61657	0.50364	0.59694	0.16600	0.11518	0.86425
東北	0.26948	1.22854	0.58412	0.77511	0.13043	0.13043	1.14776
北関東	0.25295	1.06349	0.48693	0.64502	0.12648	0.42685	0.74699
南関東	0.63589	1.99256	1.27870	2.79666	0.18134	0.18157	3.93798
北陸	0.14466	0.72836	0.27192	0.42306	0.14228	0.11857	0.56914
甲信越	0.13912	1.13658	0.29535	0.54881	0.09486	0.28457	0.59760
東海	0.45170	2.38920	0.80480	1.42145	0.10841	0.10013	2.02411
近畿	0.47919	2.07455	1.01378	3.11319	0.13084	0.15666	2.56369
中国	0.32903	0.82479	0.51268	0.80967	0.07905	0.13438	0.71783
四国	0.15177	0.41312	0.20265	0.53526	0.18971	0.21343	0.56914
九州・沖縄	0.47955	1.59614	0.83474	1.31020	0.07844	0.20025	1.87341

(2) 計数等について

ア 集計結果については、表示単位に満たない部分を四捨五入しているため、個々の比率の合計が全体を示す数値と一致しない場合がある。

イ 本報告書中の「n」は、その質問に対する回収総数(比重調整前の集計数)である。

(3) 時系列での比較について

母集団名簿として使用した「事業所・企業統計調査」の産業分類の変更等による本調査の産業区分等の変更に伴い、時系列での比較については以下のとおり、注意を要する。

ア 「運輸業」については平成 17 年調査までは「運輸・通信業」の数値、「卸売・小売業」については平成 17 年調査までは「卸売・小売業、飲食店」の数値である。

イ 平成 18 年調査までの不動産業は、十分なサンプル数が得られなかったため、報告書中では「サービス業、その他」に含めて分析していたが、時系列比較を容易にするために平成 19 年以降においても「サービス業、その他」に含めて分析している。

(4) 地方別表章の区分について

統計表における地方区分は以下のとおりである。

北海道

東北(青森、岩手、秋田、宮城、山形、福島)

北関東(栃木、茨城、群馬)

南関東(埼玉、千葉、東京、神奈川)

北陸(富山、石川、福井)

甲信越(新潟、山梨、長野)

東海(静岡、愛知、岐阜、三重)

近畿(滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山)

中国(鳥取、島根、岡山、広島、山口)

四国(香川、徳島、高知、愛媛)

九州・沖縄(福岡、大分、佐賀、長崎、熊本、宮崎、鹿児島、沖縄)

(5) 主な分類項目の誤差率

分類項目		標準誤差	標本誤差
産業	建設	2.9%	5.7%
	製造	2.4%	4.7%
	運輸	2.9%	5.7%
	卸売・小売	2.7%	5.2%
	金融・保険	3.0%	5.9%
	サービス業・その他(計)	2.1%	4.1%
	不動産	3.1%	6.1%
	サービス業、その他	2.6%	5.1%
全体		1.1%	2.1%

地方	北海道	4.2%	8.3%
	東北	4.0%	7.9%
	北関東	4.6%	9.0%
	南関東	2.2%	4.3%
	北陸	4.4%	8.6%
	甲信越	4.0%	7.8%
	東海	3.6%	7.0%
	近畿	3.2%	6.2%
	中国	3.8%	7.5%
	四国	4.2%	8.3%
	九州・沖縄	3.8%	7.5%
	全体		1.1%

分類項目		標準誤差	標本誤差
資本金	1,000万円未満	8.4%	16.6%
	1,000万円～3,000万円未満	2.6%	5.1%
	3,000万円～5,000万円未満	3.3%	6.6%
	5,000万円～1億円未満	2.5%	5.0%
	1億円～5億円未満	2.3%	4.5%
	5億円～10億円未満	5.1%	10.0%
	10億円～50億円未満	3.4%	6.6%
	50億円以上	2.6%	5.1%
全体		1.1%	2.1%

従業者規模	100～299人	1.5%	2.9%
	300以上計	1.6%	3.1%
	300～499人	3.2%	6.2%
	500～999人	3.3%	6.5%
	1000～1999人	3.0%	5.8%
	2000以上計	2.9%	5.6%
	2000～2999人	4.7%	9.2%
	3000～4999人	5.4%	10.5%
	5000人以上	4.9%	9.6%
	全体		1.1%

※集計対象が全企業(2,012企業)である場合の標本比率の誤差率である。また標本誤差の信頼区間の幅は1.96(信頼度95%)である。算出式は以下のとおり。

$$\text{標本比率の標準誤差} = \sqrt{\frac{N-n}{N-1} \times \frac{P(1-P)}{n}}$$

$$\text{標本比率の標本誤差} = K \times \sqrt{\frac{N-n}{N-1} \times \frac{P(1-P)}{n}}$$

N=母集団数

n=回収数

P=母集団比率(標本比率で代用。誤差が最大となる0.5として算出)

K=信頼区間の幅

平成20年通信利用動向調査報告書(企業編)

調査結果の概要

目次

第1章	情報通信ネットワーク	1
1	企業通信網の構築.....	1
2	企業通信網として利用している通信サービス.....	8
3	社外からの企業通信網への接続.....	9
4	インターネットの利用.....	11
5	情報通信ネットワーク端末の使用人数.....	14
6	ホームページやブログ・SNAの開設.....	16
7	ASP・SaaSの利用.....	20
8	インターネット上の3D仮想空間の利用.....	23
9	ユビキタス関連ツールの導入.....	24
10	情報通信ネットワーク利用上の問題点.....	27
第2章	電子商取引	29
1	電子商取引の導入.....	29
2	電子商取引による販売額.....	31
3	インターネット販売を行う理由.....	32
4	インターネットを利用した広告の導入.....	34
5	電子商取引の問題点.....	37
第3章	テレワーク	39
1	テレワークの導入.....	39
2	テレワークを利用している従業員の割合.....	41
3	テレワークの導入目的.....	41
4	テレワークの効果.....	43
5	テレワークを導入しない理由.....	43
第4章	ICT教育	44
第5章	情報通信ネットワークの安全対策	46
1	情報通信ネットワーク利用で受けた被害.....	46
2	データセキュリティへの対応.....	47
3	個人情報保護対策の実施.....	50
4	CIOの設置状況.....	52

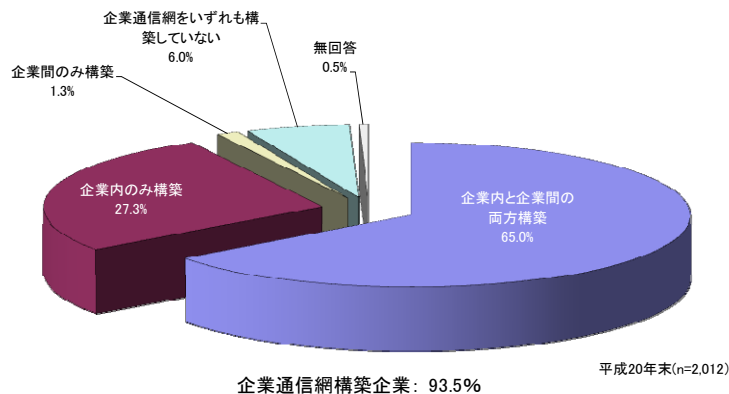
第1章 情報通信ネットワーク

1 企業通信網の構築

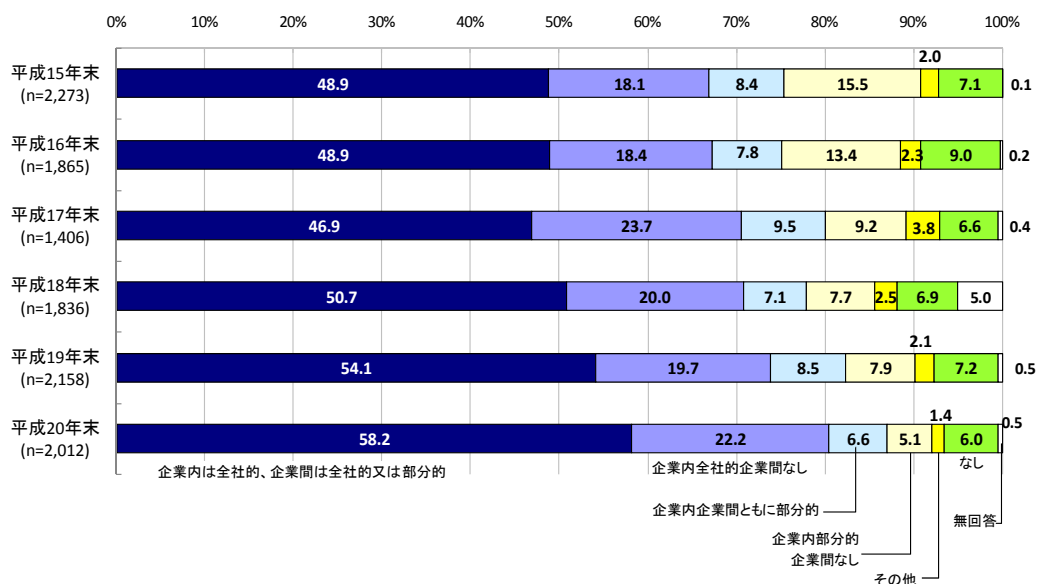
(1) 企業通信網

本調査（平成20年末）が対象とする従業員100人以上の企業のうち、93.5%が企業内通信網¹ないし企業間通信網²を構築している。また、企業内通信網と企業間通信網の両方を構築している企業が65.0%、企業内通信網のみを構築している企業が27.3%であった（図表1-1参照）。これを前年調査（平成19年末）と比べると、企業通信網を構築する企業が92.3%から1.2ポイント上昇し、構築している企業の内訳では、企業内通信網を全社的に構築する企業が73.8%から6.6ポイント増加して80.4%となった（図表1-2参照）。

図表 1-1 企業通信網の構築状況



図表 1-2 企業通信網の構築状況の変化

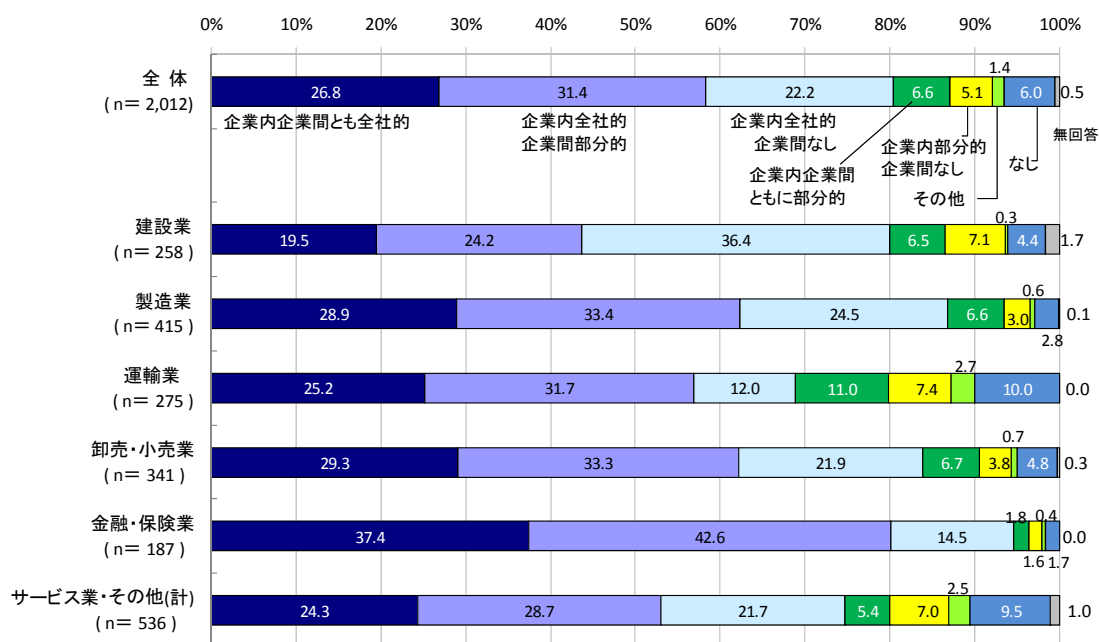


¹ 同一構内における通信網や、同一企業内の本社・支社間及び事業所間の通信網のことを指す。

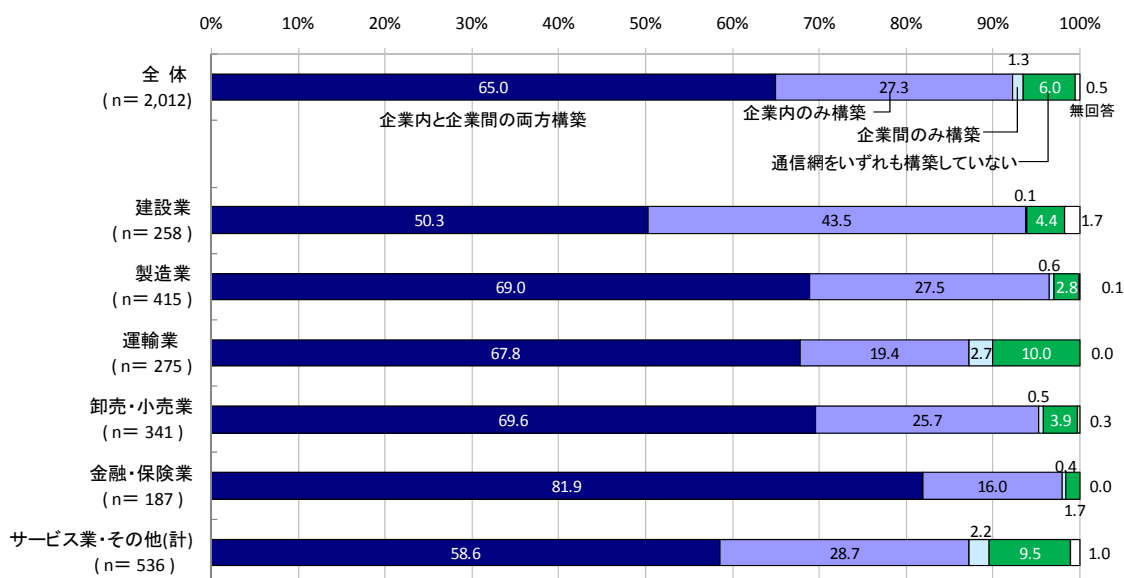
² 他企業との通信網を指す。平成16年度以前の調査では、この説明が「WAN」としてあったことから、平成16年度以前と以後を単純に比較できない。

産業別では、「運輸業」と「サービス業・その他（計）」を除く産業で企業通信網の構築割合はいずれも9割を超えている。また、企業間通信網の構築割合は、高い順に「金融・保険業」（82.3%）、「運輸業」（70.6%）、「卸売・小売業」（70.0%）、「製造業」（69.6%）、「サービス業・その他（計）」（60.8%）、「建設業」（50.4%）である（図表 1-3、図表 1-4 参照）。

図表 1-3 産業別企業通信網の構築状況①
（全社的構築、部分的構築の別）（平成 20 年末）

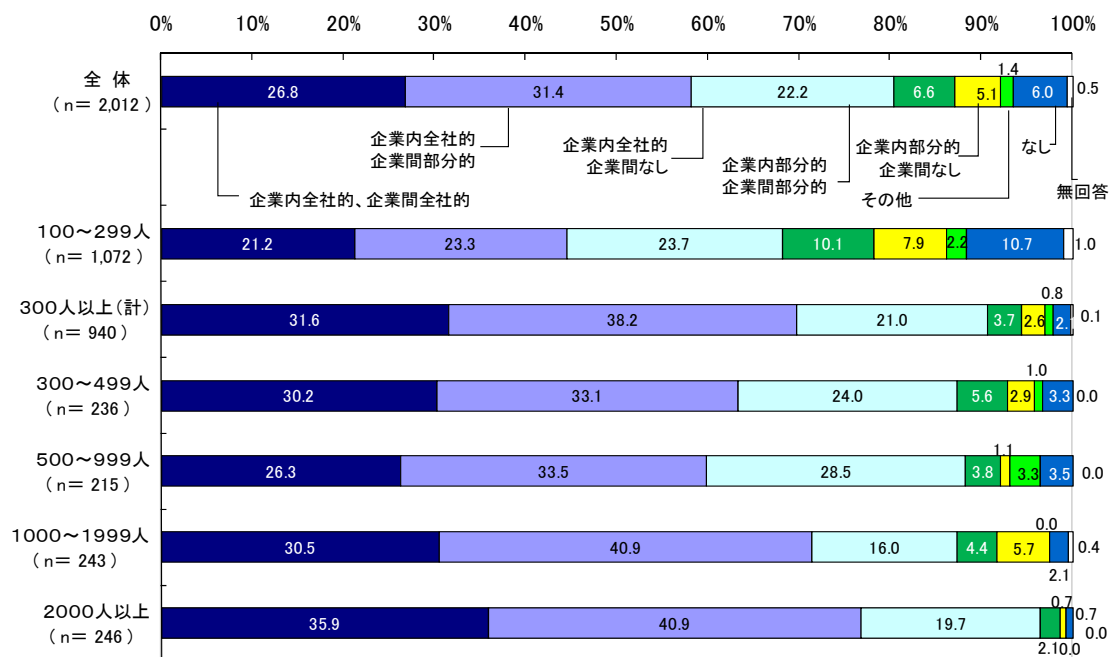


図表 1-4 産業別企業通信網の構築状況②
（企業内、企業間の別）（平成 20 年末）



また、従業員規模別にみると、企業内通信網及び企業間通信網を全社的に構築する割合は、300人未満では20%台であるのに対し、「1000～1999人」の企業では30.5%、「2000人以上」では35.9%といずれも3割を超え、企業規模による差異がみられる。(図表 1-5 参照)。

図表 1-5 従業員規模別企業通信網の構築状況
(平成 20 年末)



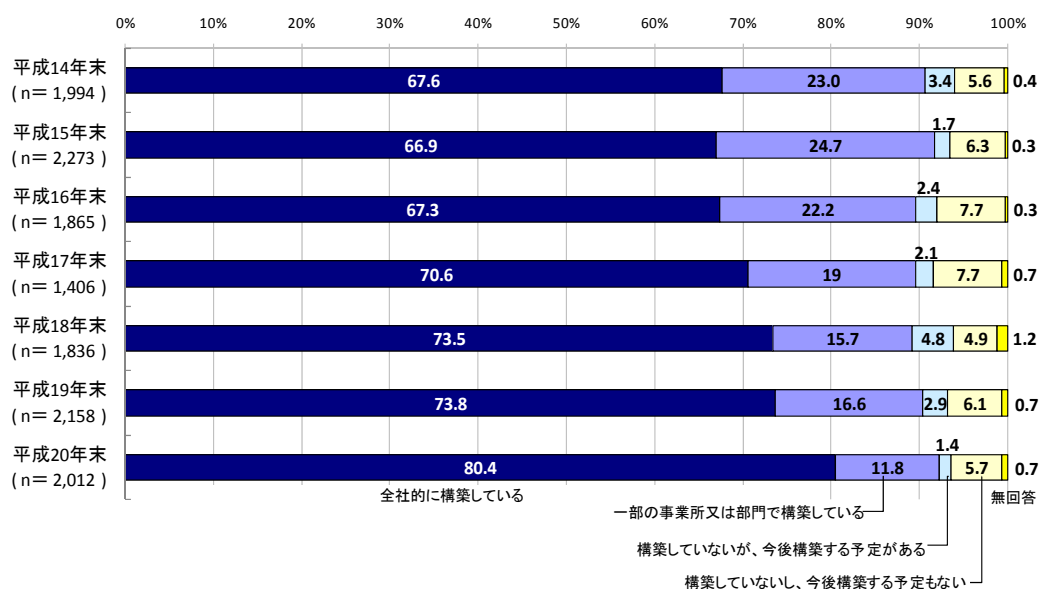
(2) 企業内通信網

企業内通信網についてみると、本年の普及率は92.2%で、平成14年末時点ではじめて9割を超えて以降、足踏み状態が続いているが、「全社的に構築している」企業がはじめて80%を超えた（図表1-6参照）。

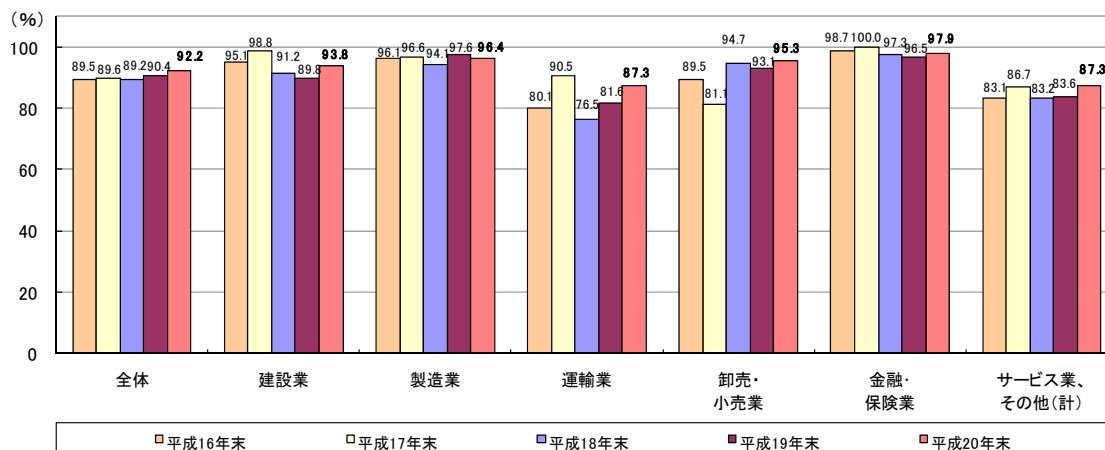
産業別では、普及にやや遅れがみられていた「運輸業」と「サービス業・その他（計）」が80%台後半になり、普及が進んできている（図表1-7参照）。

また、従業員規模別では、300人以上の企業では90%以上が企業内通信網を構築し、特に「1000～1999人」の企業では97.5%に達しているのに比べると、「100～299人」の企業では88.5%と、いまだに10ポイント近い差がある（図表1-8参照）。

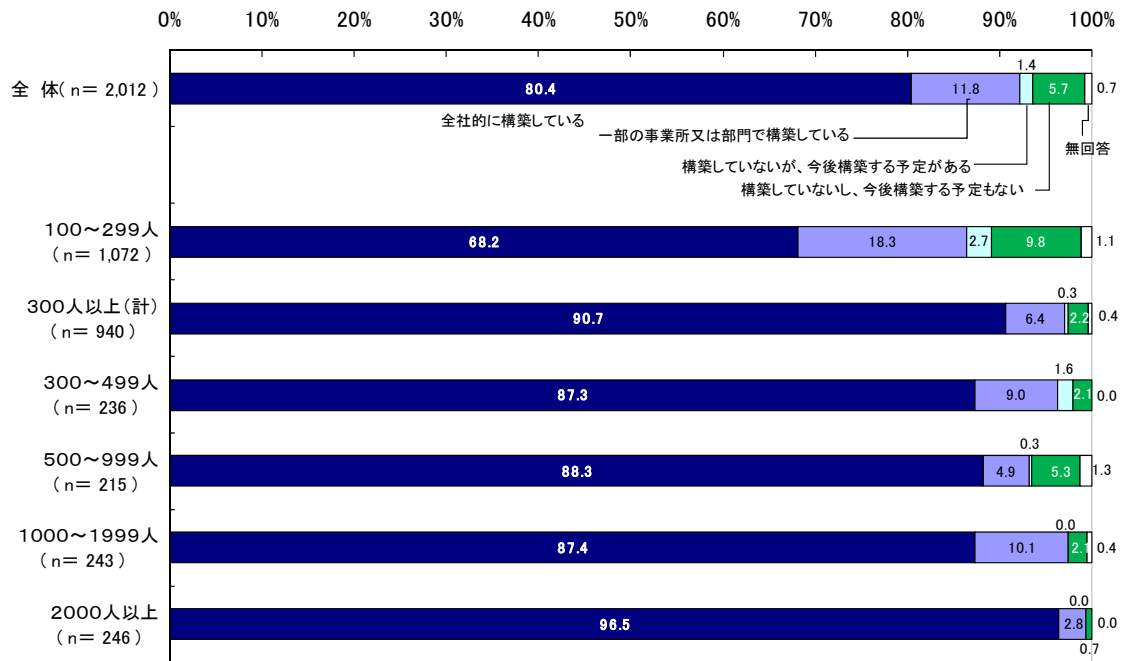
図表 1-6 企業内通信網の構築状況



図表 1-7 産業別企業内通信網構築率



図表 1-8 従業員規模別企業内通信網の構築状況
(平成 20 年末)



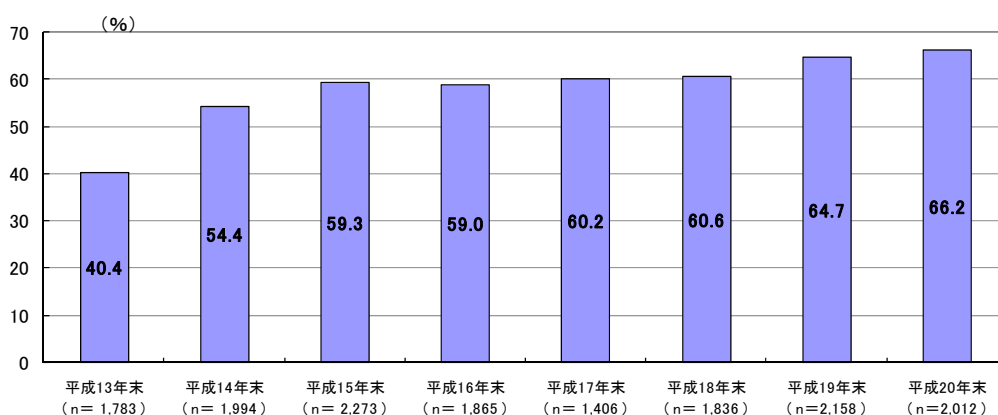
(3) 企業間通信網

企業間通信網を構築する企業の割合は、昨年比 1.5 ポイント増の 66.2%となり、さらに増加している（図表 1-9参照）。

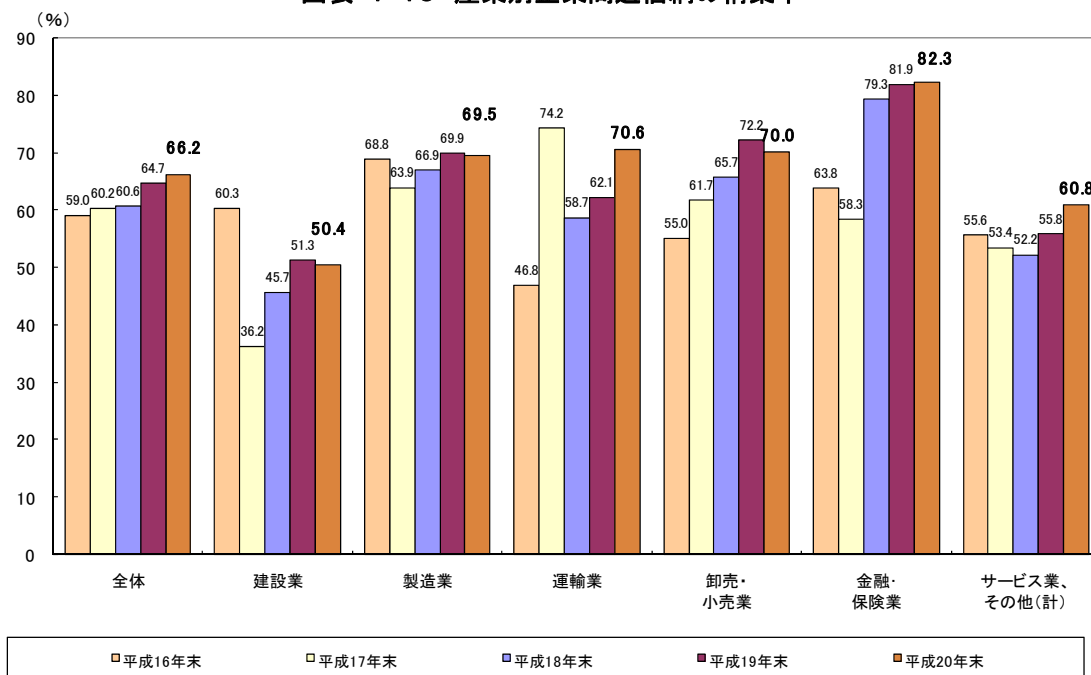
産業別では「金融・保険業」（82.3%）、「卸売・小売業」（70.0%）、「製造業」（69.5%）で構築率が高い。また、「運輸業」で昨年比 8.5 ポイント増の 70.0%となった（図表 1-10参照）。

また、従業者規模別では、300 人以上の企業では 70%以上が企業間通信網を構築し、特に「2000 人以上」の企業では 78.9%に達しているが、「100～299 人」の企業では 56.7%と、20 ポイント以上の差異がある（図表 1-11参照）。

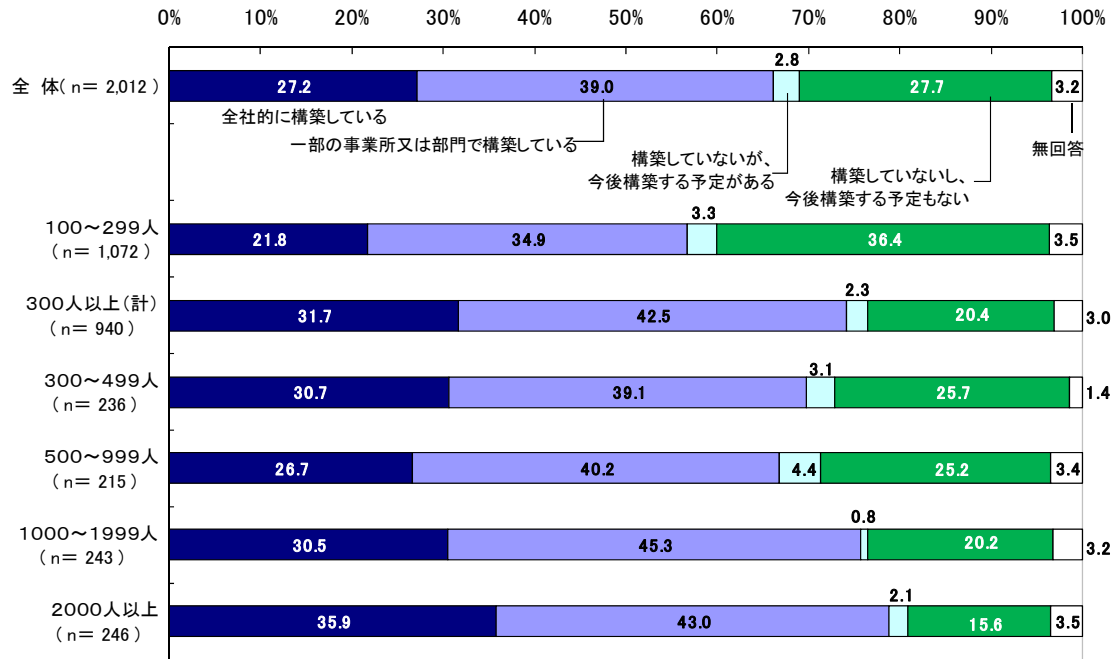
図表 1-9 企業間通信網の構築率



図表 1-10 産業別企業間通信網の構築率



図表 1-11 従業員規模別企業間通信網の構築状況
(平成 20 年末)

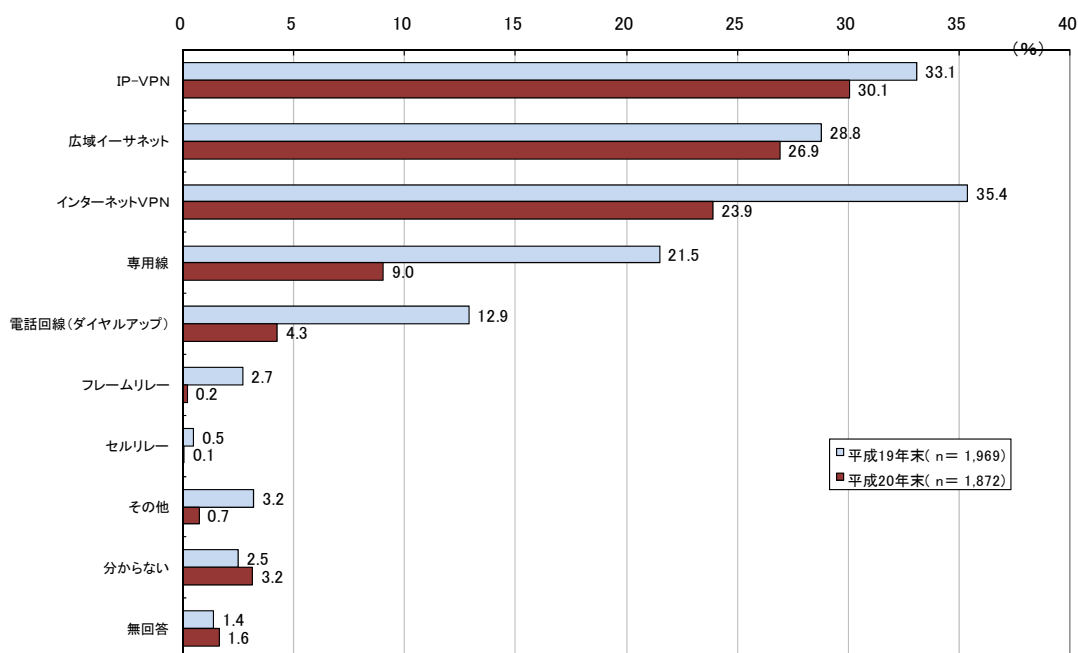


2 企業通信網として利用している通信サービス

企業通信網として利用している主な通信サービスの種類は、「IP-VPN」が30.1%、「広域イーサネット」が26.9%となった。また、「専用線」は昨年比12.5ポイント減の9.0%であった（図表 1-12参照）。

従業者規模別では、規模が大きい程、「IP-VPN」と「広域イーサネット」の利用率が高まる傾向がみられる（図表 1-13参照）。

図表 1-12 企業通信網として利用している通信サービス



図表 1-13 属性別企業通信網として利用している通信サービス
(平成20年末)

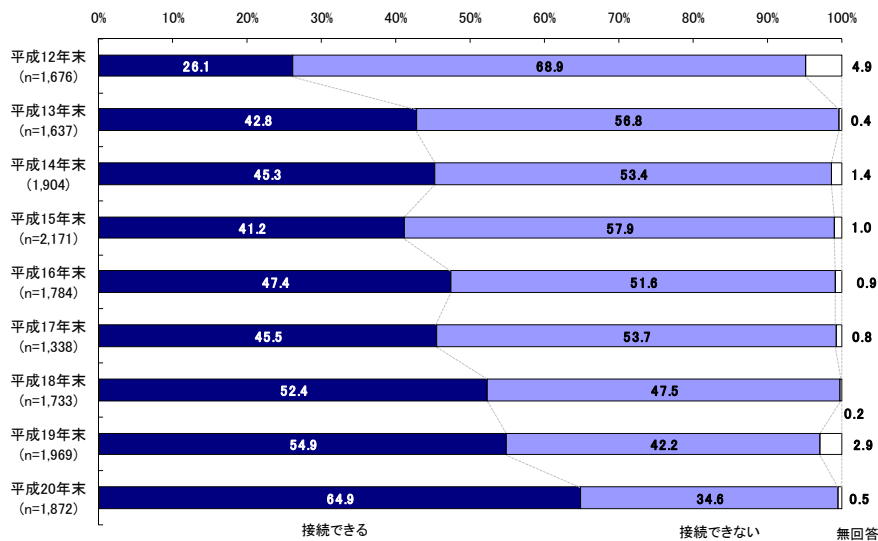
単位：%

	集計企業数	企業通信網の通信サービス									
		広域イーサネット	IP-VPN	インターネットVPN	専用線	フレームリレー	セルリレー	(電話回線ダイヤルアップ)	その他	分からない	無回答
全体	1,872	26.9	30.1	23.9	9.0	0.2	0.1	4.3	0.7	3.2	1.6
〔産業分類〕											
建設業	240	23.5	37.4	23.7	6.8	0.5	-	2.3	0.3	3.9	1.5
製造業	402	31.0	30.5	20.5	10.4	-	-	3.7	0.3	1.9	1.6
運輸業	244	23.7	29.1	19.9	10.4	0.7	0.7	3.8	2.7	7.8	1.3
卸売・小売業	325	21.9	30.5	31.0	7.3	0.5	-	5.2	0.4	2.8	0.6
金融・保険業	184	45.7	28.3	9.4	12.4	-	0.7	1.4	0.3	1.9	-
サービス業・その他(計)	477	27.3	28.5	23.9	8.8	-	-	4.7	0.9	3.3	2.6
不動産業	168	18.7	32.2	34.4	6.5	-	-	0.6	-	4.5	3.0
サービス業、その他	309	27.7	28.3	23.4	8.9	-	-	4.9	0.9	3.2	2.6
〔従業者規模(MA)〕											
100~299人	956	20.7	21.9	30.9	10.5	0.3	0.0	7.1	1.0	4.9	2.6
300人以上計	916	31.6	36.2	18.6	7.9	0.1	0.1	2.1	0.5	1.8	0.9
300~499人	224	26.8	37.7	19.4	7.8	0.8	0.0	3.0	-	2.7	1.9
500~999人	208	28.1	32.2	24.2	8.1	-	-	2.0	1.2	3.9	0.3
1000~1999人	239	28.5	37.7	17.9	8.3	-	0.4	3.4	-	2.1	1.6
2000人以上計	245	38.3	36.5	15.9	7.6	-	-	0.7	0.8	-	0.2

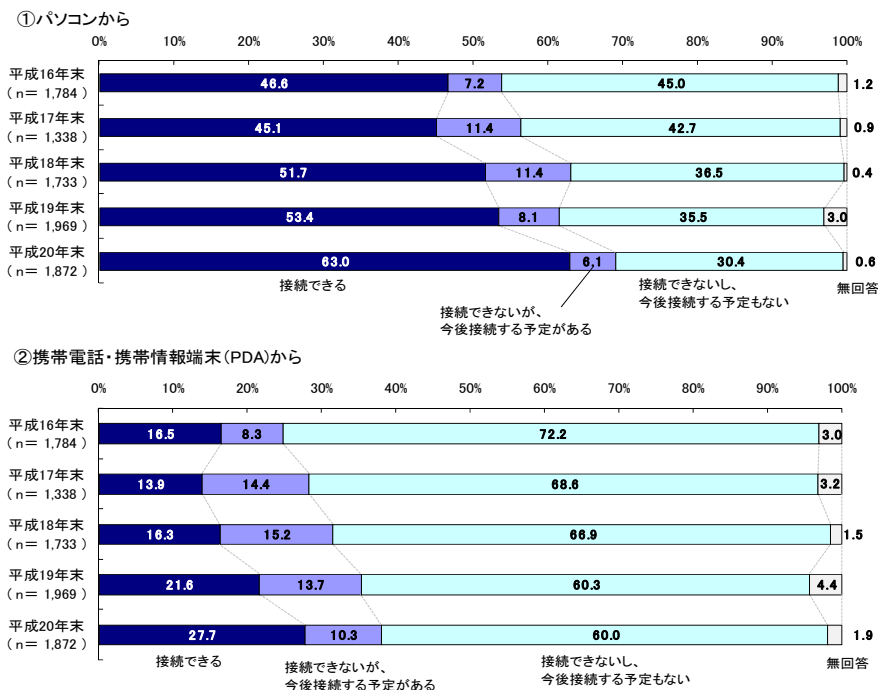
3 社外からの企業通信網への接続

外出先などの社外からパソコン、携帯電話・携帯情報端末（PDA）の端末を介して自社の通信網にアクセスできるかどうかを尋ねたところ、いずれかの方法でアクセスできる企業は企業通信網を構築している企業の64.9%を占め、前年比10ポイント増と大きく伸びた（図表 1-14参照）。また、端末別ではパソコンからアクセスできる企業が63.0%と前年より10ポイント伸び、携帯電話・携帯情報端末（PDA）からアクセスできる企業も27.7%と6ポイント以上伸びたが、社外からのアクセスの手段としては主にパソコンが利用されている状況は続いている。（図表 1-15参照）。

図表 1-14 社外からの企業通信網への接続状況の推移

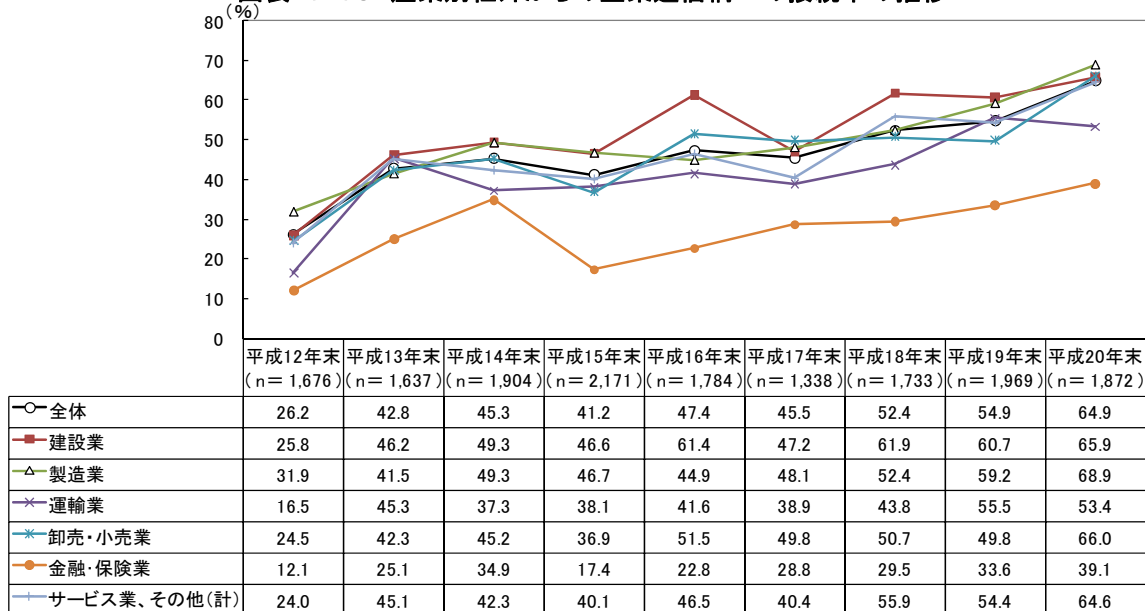


図表 1-15 端末別社外からの企業通信網への接続状況の推移

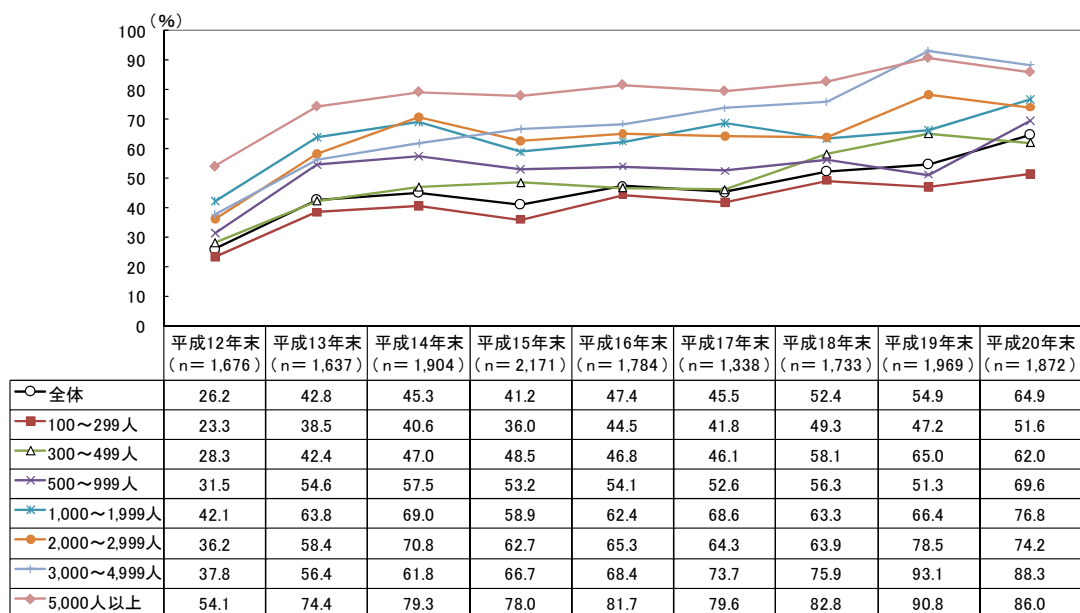


社外からの自社通信網への接続状況を産業別にみると、「建設業」(65.9%)、「製造業」(68.9%)、「卸売・小売業」(66.0%)、「サービス業・その他(計)」(64.6%)で60%を超えており、いずれも昨年を大きく上回っている(図表 1-16参照)。また、前年までと同様、従業者規模の大きい企業ほど接続率も高い傾向となっている(図表 1-17参照)。

図表 1-16 産業別社外からの企業通信網への接続率の推移



図表 1-17 従業者規模別社外からの企業通信網への接続率の推移



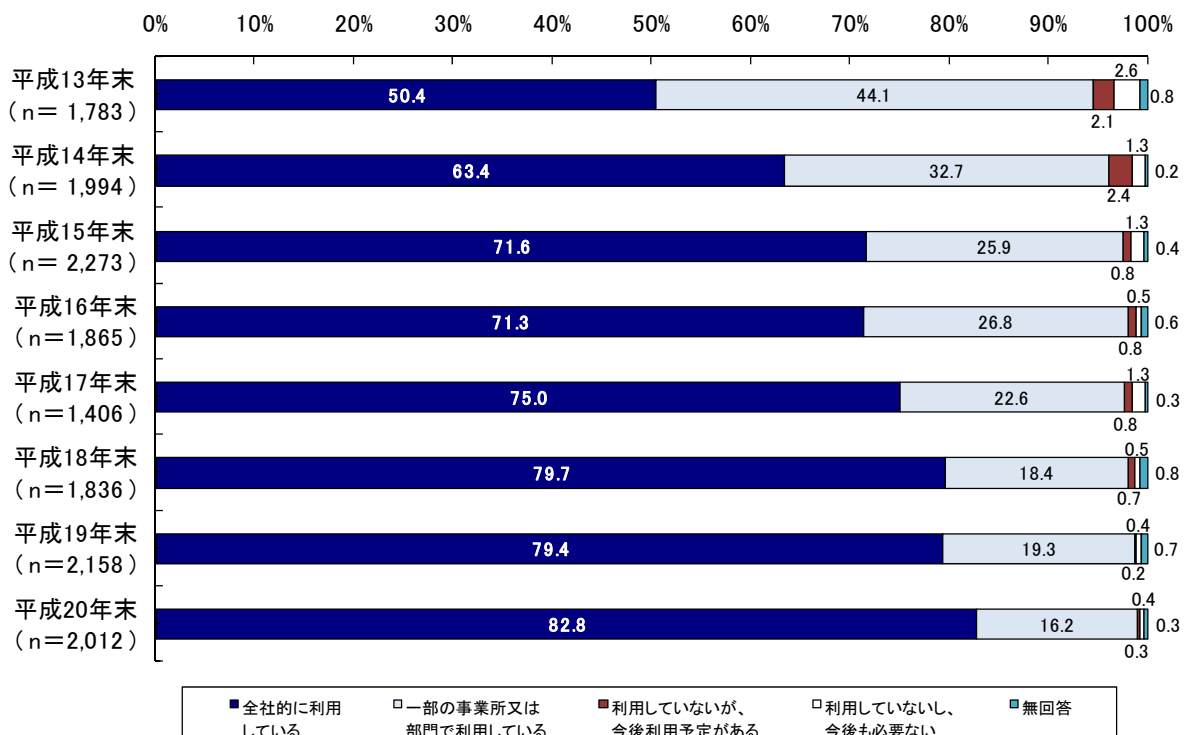
4 インターネットの利用

(1) インターネット利用の有無

インターネットを利用している企業の割合（インターネット利用率）は、平成13年末以降、調査対象企業の90%を超え、ほとんどの企業においてインターネットが活用されている。平成20年末の利用率は昨年比0.3ポイント増の99.0%であった。

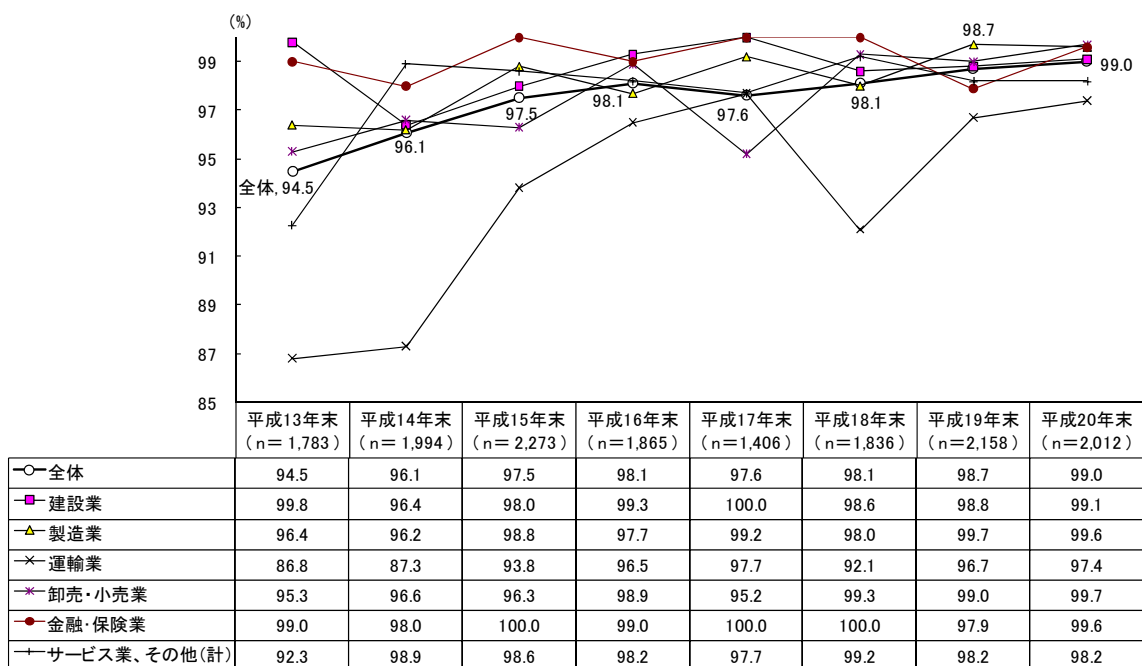
このインターネットを利用している企業の内訳をみると、「全社的に利用している」企業は82.8%、「一部の事業所又は部門で利用している」企業は16.2%となっており、全社的な利用が一般的形態として定着している（図表1-18参照）。

図表 1-18 インターネット利用の有無

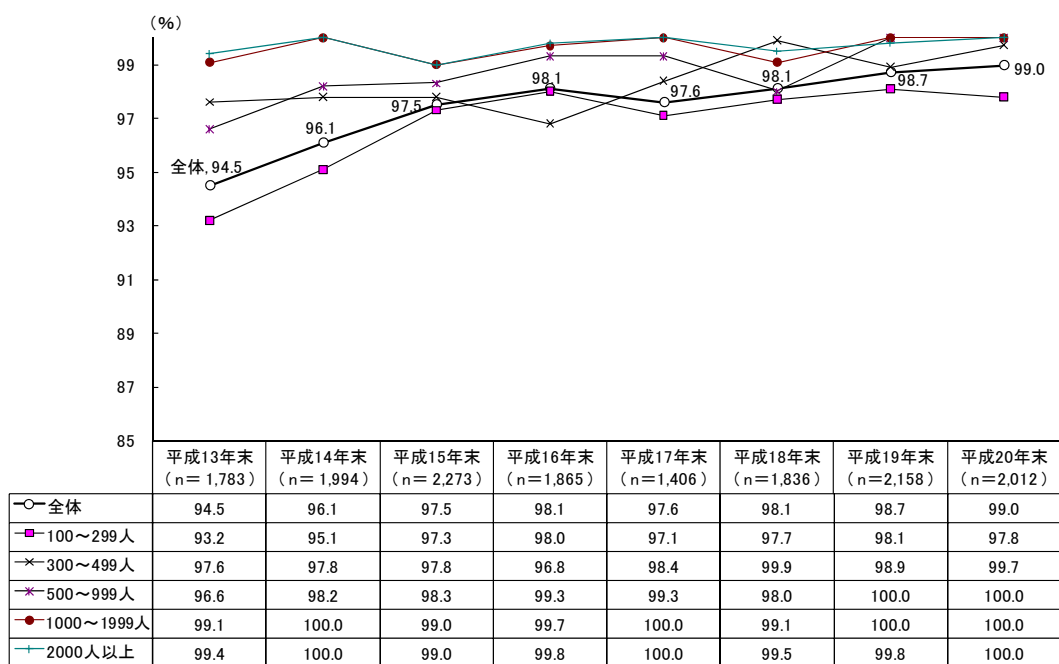


産業や従業者規模によるインターネット利用率をみると、産業や従業者規模にかかわらずあらゆる企業がインターネットを活用する状況になっている。(図表 1-19、図表 1-20 参照)。

図表 1-19 産業別インターネット利用率の推移



図表 1-20 従業者規模別インターネット利用率の推移

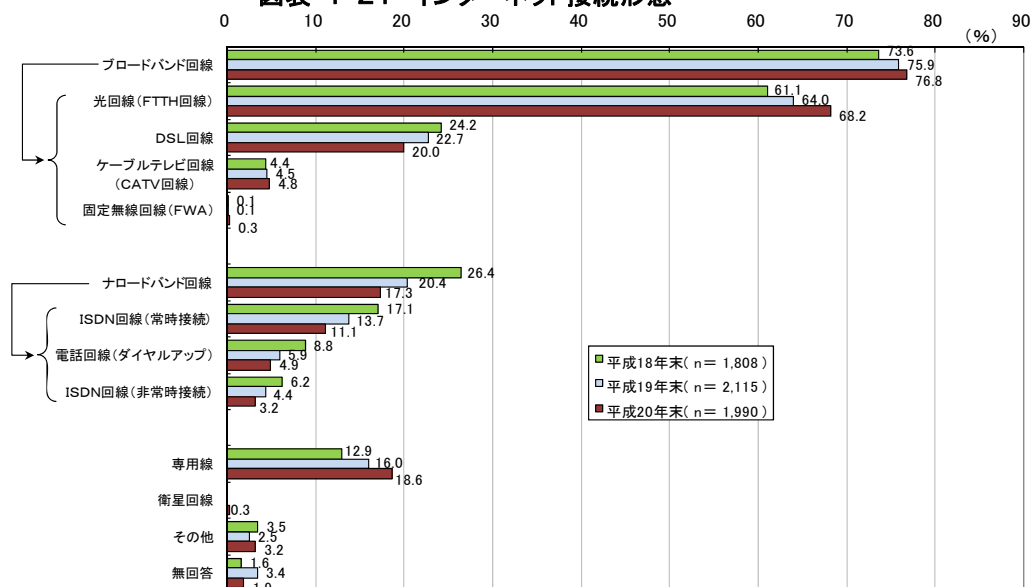


(2) インターネット接続形態

インターネットを利用している企業について、その接続形態を尋ねたところ、最も一般的な形態は「光回線（FTTH回線）」（68.2%）、「DSL回線」（20.0%）で、次いで「専用線」（18.6%）、「ISDN回線（常時接続）」（11.1%）の順で、昨年と順位に変化はないが、「光回線（FTTH回線）」と「専用線」が増加しているのに対し、「DSL回線」、「ISDN回線（常時接続）」は減少している（図表 1-21 参照）。

産業別にみると、全ての産業で「光回線」が最も多い。それに次ぐのは、「建設業」、「運輸業」、「卸売・小売業」、「サービス業・その他」では「DSL回線」で、「製造業」、「金融・保険業」では「専用線」となっている。また従業者規模別では、昨年調査と同様、全ての規模で「光回線（FTTH回線）」が最も多いが、「DSL回線」と「専用線」については、従業者 300 人未満では「DSL回線」の方が、また 1000 人以上では「専用線」の方が多く利用され、規模による接続形態に違いがみられる（図表 1-22 参照）。

図表 1-21 インターネット接続形態



図表 1-22 インターネット接続形態 (平成 20 年末)

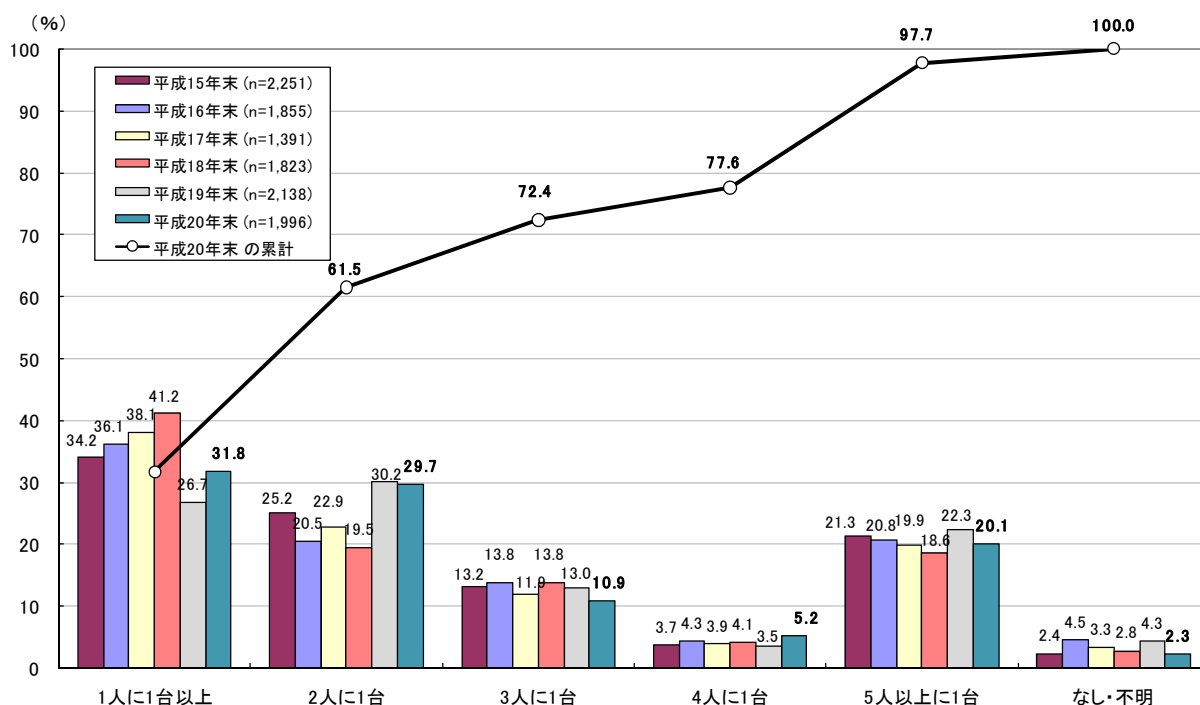
集計企業数	インターネットの接続形態													
	ナローバンド回線 (再掲)	電話回線 (ダイヤルアップ)	ISDN回線 (非常時接続)	ISDN回線 (常時接続)	ブロードバンド回線 (再掲)	ケーブルテレビ回線 (CATV回線)	光回線 (FTTH回線)	固定無線回線 (FWA)	DSL回線	専用線	衛星回線	その他	無回答	
全体	1,990	17.3	4.9	3.2	11.1	76.8	4.8	68.2	0.3	20.0	18.6	0.3	3.2	1.9
[産業分類]														
建設業	256	19.2	5.9	3.6	14.1	77.5	4.0	71.9	0.3	26.4	18.4	0.7	2.9	1.9
製造業	413	13.8	3.8	3.1	8.6	72.2	5.5	61.5	0.3	16.6	25.3	0.4	3.5	1.8
運輸業	267	20.5	5.9	3.7	14.1	78.3	3.8	70.9	1.6	17.5	12.2	-	1.6	0.9
卸売・小売業	339	17.5	5.8	3.4	10.5	84.0	3.3	76.1	-	21.6	9.8	-	2.5	1.5
金融・保険業	186	12.4	2.2	4.5	6.9	72.9	3.3	62.5	0.4	25.4	28.7	-	3.7	0.7
サービス業・その他 (計)	529	19.4	5.0	3.0	12.6	75.4	5.7	67.8	0.2	21.5	20.2	0.5	3.9	2.7
[従業者規模 (MA)]														
100~299人	1,051	23.2	6.4	4.2	14.2	79.4	7.7	66.2	0.3	21.3	8.3	-	1.9	2.0
300人以上計	939	12.5	3.7	2.5	8.5	74.6	2.4	69.9	0.4	18.8	27.0	0.6	4.3	1.9
300~499人	235	13.1	3.0	2.2	9.9	79.4	3.8	73.9	0.3	19.5	20.8	1.8	4.2	1.1
500~999人	215	12.9	3.5	2.4	10.7	89.0	2.1	83.6	-	22.8	10.5	-	2.1	-
1000~1999人	243	13.1	4.2	2.8	8.1	71.7	1.2	68.6	1.0	18.1	29.6	0.6	7.2	0.9
2000人以上計	246	11.4	3.7	2.3	6.8	66.9	2.9	61.6	-	17.0	36.9	0.2	2.9	4.1

5 情報通信ネットワーク端末の使用人数

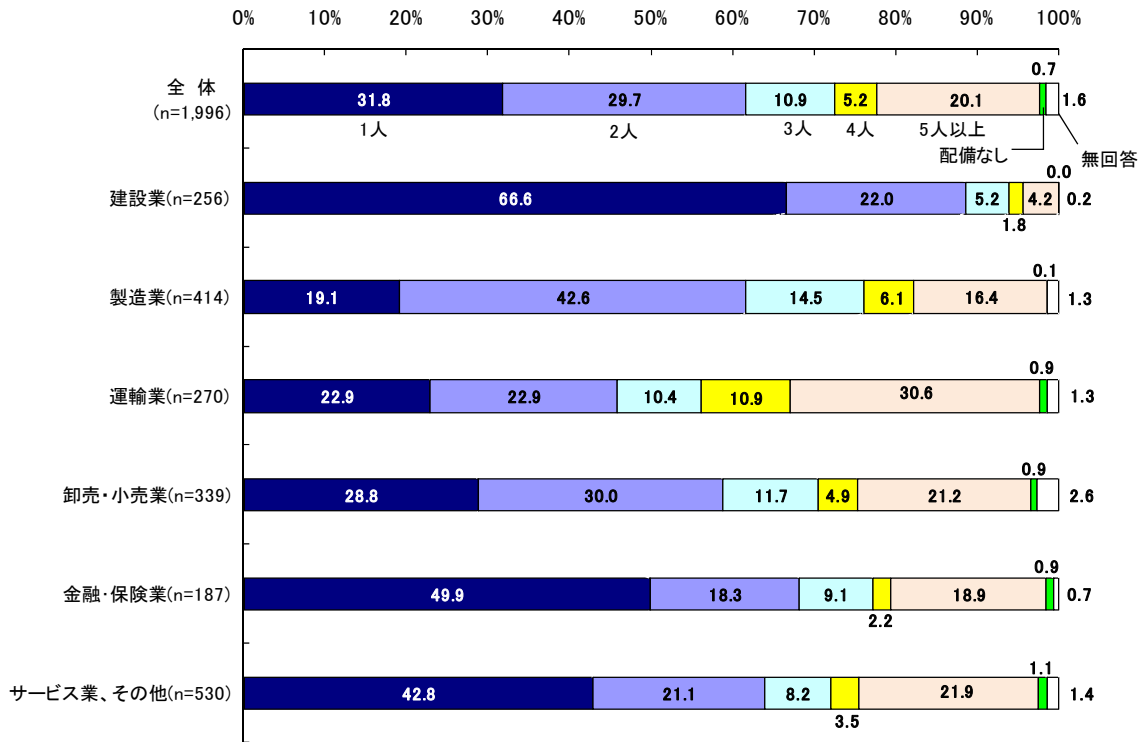
企業通信網やインターネットの接続端末1台当たりの使用人数は、「1人に1台以上」が31.8%、「2人に1台」が29.7%、「3人に1台」が10.9%で、1台当たり1人から3人という企業が約7割を占める（図表 1-23参照）。

また、産業別にみると、「建設業」で端末の1人1台化が比較的進んでいる。「製造業」「運輸業」では1人1台の割合は小さく、特に「運輸業」の場合は、1台あたり「5人以上」の割合が30%を超える。従業者規模別では、大企業ほど1人1台化されている傾向が顕著であり、大企業と中小企業では情報環境に差異がみられる（図表 1-24、図表 1-25参照）。

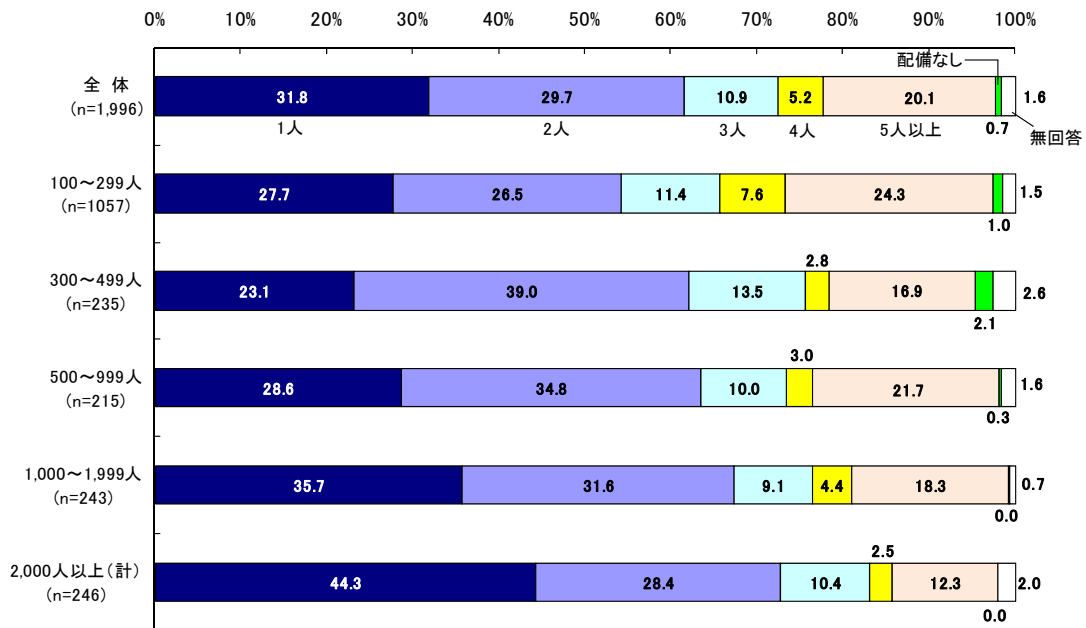
図表 1-23 企業通信網またはインターネットの接続端末1台当たり使用人数



図表 1-24 産業別企業通信網またはインターネットの接続端末 1 台当たり使用人数
(平成 20 年末)



図表 1-25 従業者規模別企業通信網またはインターネットの接続端末 1 台当たり使用人数
(平成 20 年末)

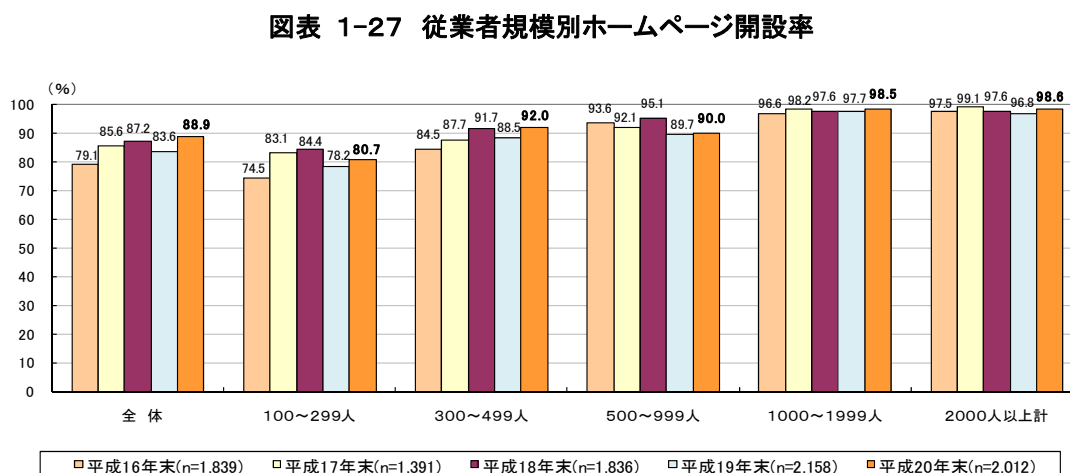
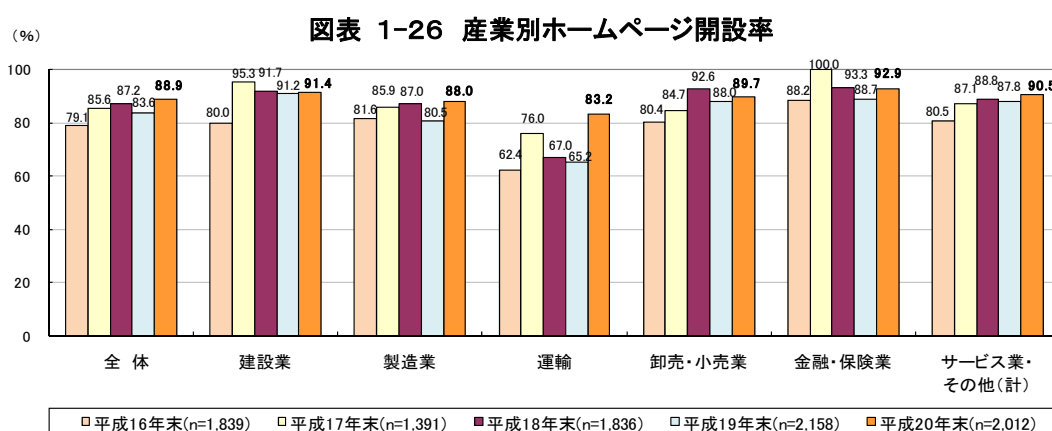


6 ホームページやブログ・SNAの開設

(1) ホームページの開設率

インターネットを利用している企業に自社のホームページ開設の有無を尋ねたところ、ホームページを開設している企業は88.9%であった。

産業別では、「金融・保険業」(92.9%)、「建設業」(91.4%)、「サービス業・その他(計)」(90.5%)で9割を超えている。(図表1-26参照)。また、従業員規模別にみると、300人以上の企業の開設率は90%を超えており、総じて大企業ほど開設率が高い(図表1-27参照)。



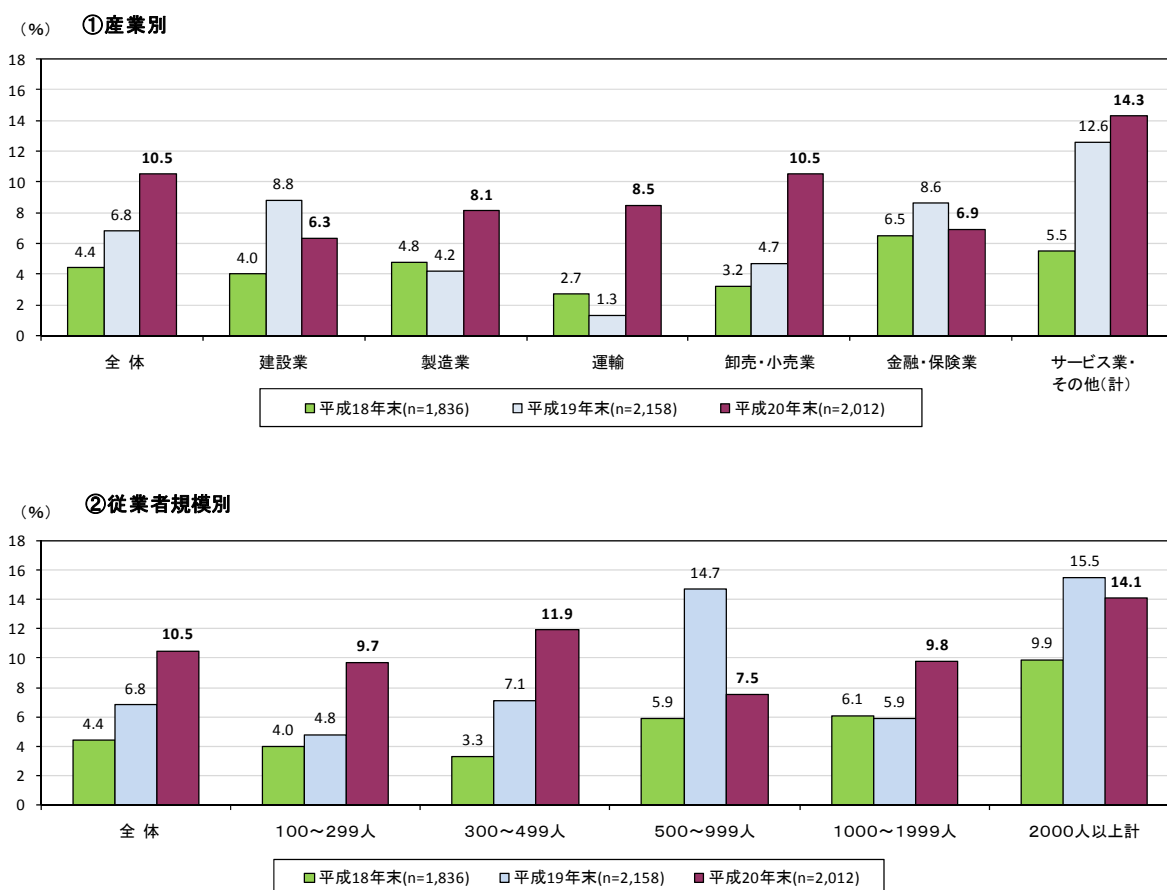
(2) ビジネスブログ・SNSの開設率

インターネットを利用している企業に自社のビジネスブログ・SNSの開設の有無を尋ねたところ、ビジネスブログ又はSNSのいずれかを開設している企業は全体の10.5%を占め、昨年末比3.7ポイント増加した。

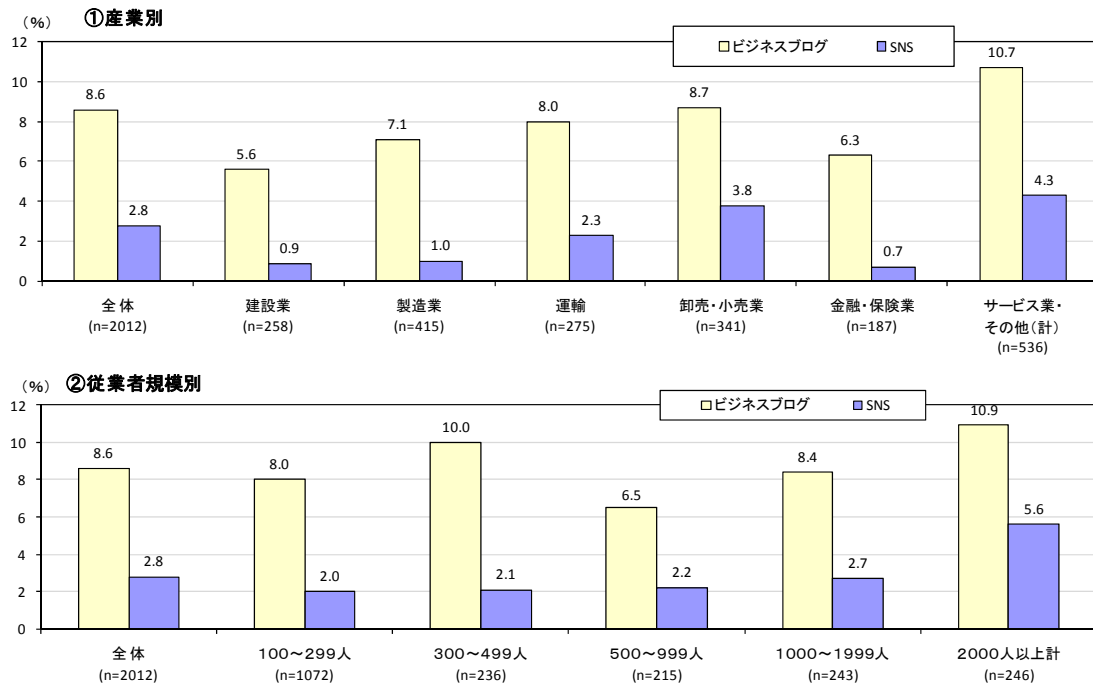
産業別では、「サービス業・その他(計)」が14.3%で最も多く、次いで「卸売・小売業」が10.5%となっている。また、「製造業」「運輸業」は昨年末より大幅に増加した(図表1-28①参照)。従業者規模別にみると、「2000人以上計」の企業では14.1%が開設している(図表1-28②参照)。

なお、ビジネスブログとSNSのそれぞれの開設率は、ビジネスブログが全体で8.6%、SNSが同じく2.8%である。ビジネスブログに比べ、SNSの開設率はまだ低い(図表1-29参照)。

図表 1-28 ビジネスブログ・SNSの開設率の推移



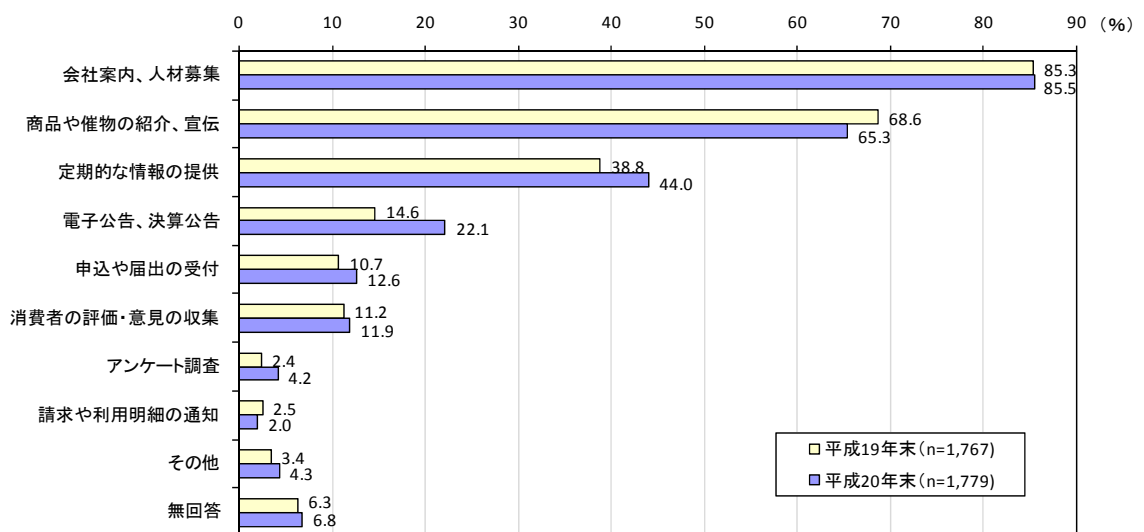
図表 1-29 ビジネスブログと SNS の開設率(平成 20 年末)



(3) ホームページ、ビジネスブログ・SNS の開設目的・用途

自社のホームページやビジネスブログ・SNS を開設している企業に対し、その目的ないし用途を尋ねたところ、最も多い目的・用途は「会社案内、人材募集」(85.5%)であった。次いで、「商品や催物の紹介、宣伝」(65.3%)、「定期的な情報の提供」(44.0%)などが多い。全体としては、自社からの情報発信が主たる目的・用途となっている様子がうかがえる(図表 1-30参照)。

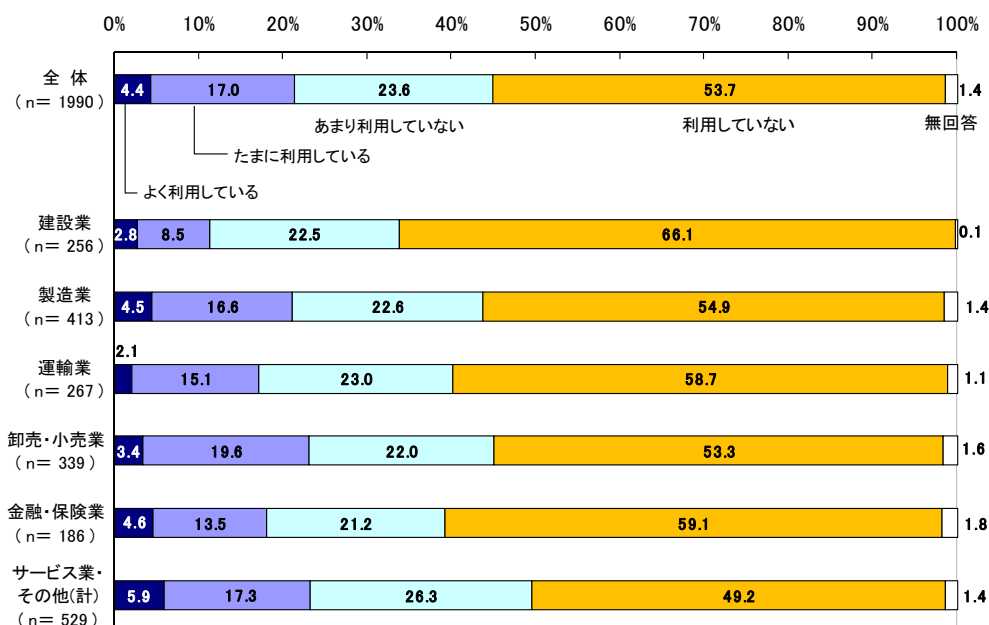
図表 1-30 ホームページやビジネスブログ・SNS の開設目的・用途



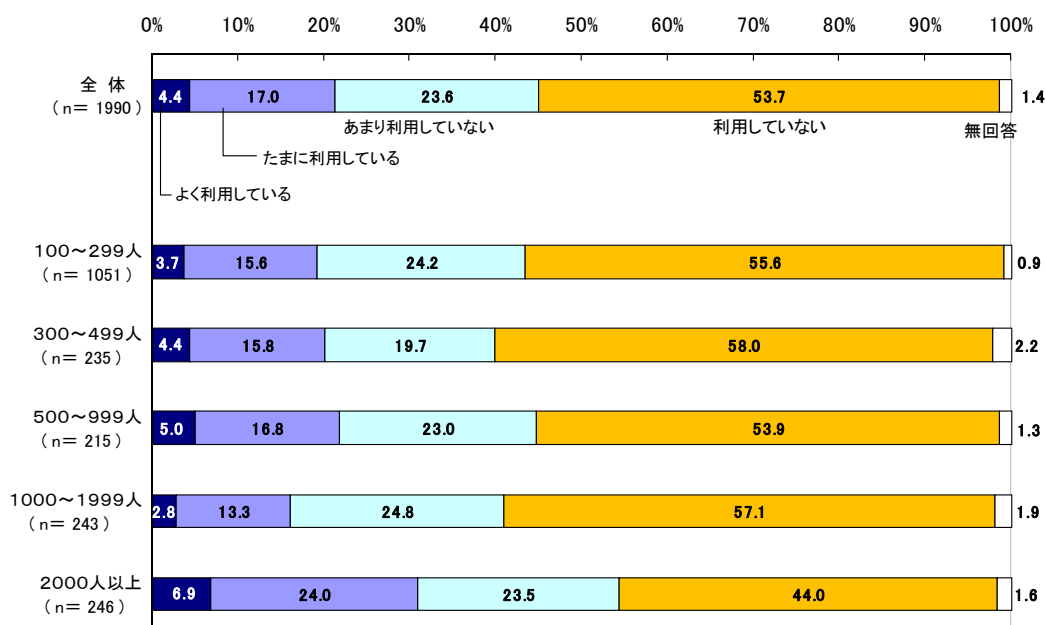
(4) 消費者開設のブログ・SNSの利用

インターネット利用企業のうち、マーケティングのために消費者が開設しているブログやSNSを利用している企業は、「よく利用している」(4.4%)、「たまに利用している」(17.0%)を合わせると全体の21.4%を占める。産業別では「卸売・小売業」及び「製造業」で合計が20%を超える(図表1-31参照)。従業者規模別では、「2000人以上計」の規模の企業で合計が30%を超える高い割合であるが、その他の規模の企業間では大きな傾向の違いは見られない(図表1-32参照)。

図表 1-31 産業別マーケティングのための消費者開設ブログ・SNSの利用状況 (平成20年末)



図表 1-32 従業者規模別マーケティングのための消費者開設ブログ・SNSの利用状況 (平成20年末)

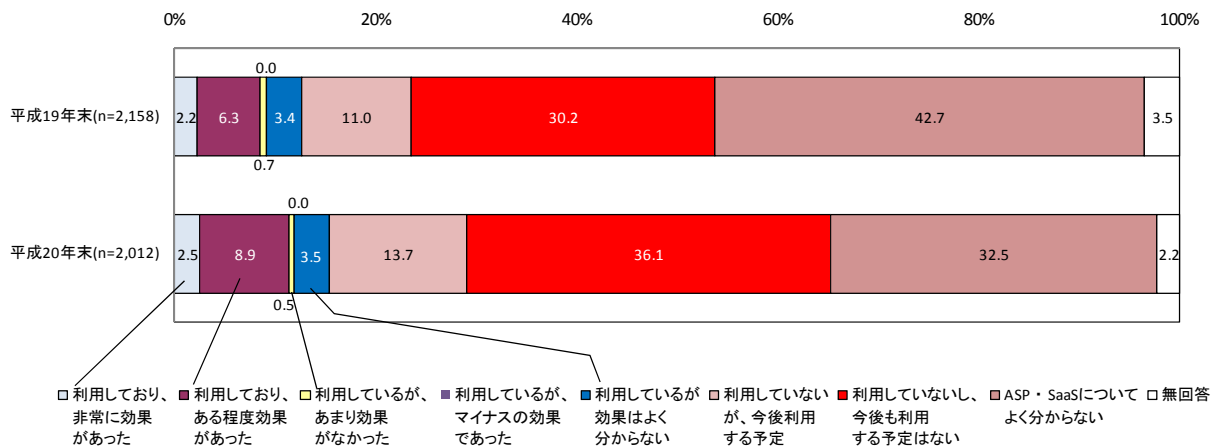


7 ASP・SaaSの利用

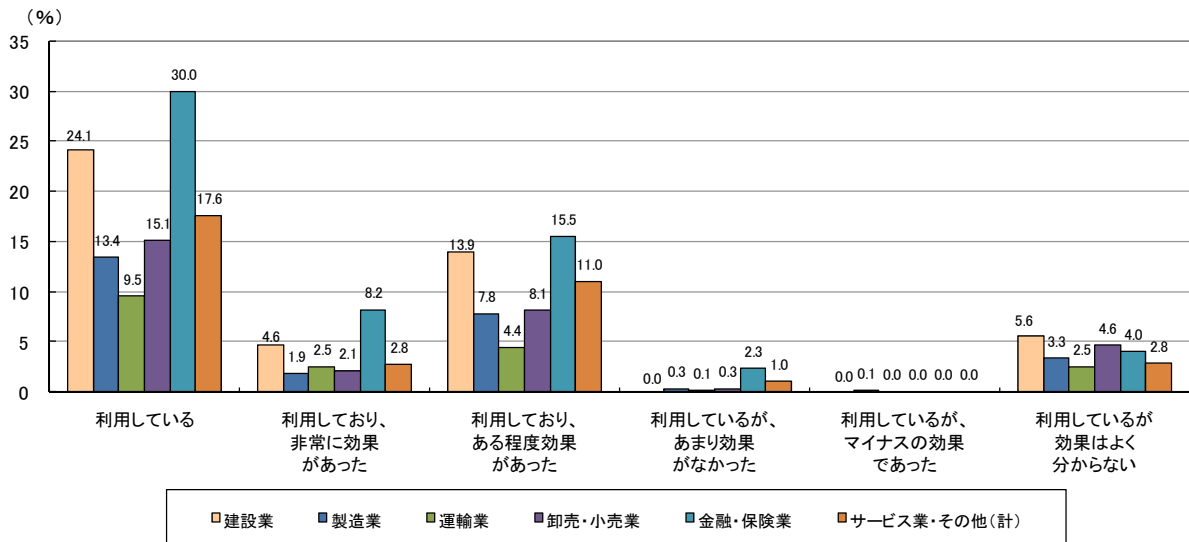
(1) ASP・SaaSの利用率

すべての企業に対し、ASP³が提供する SaaS⁴を利用しているかを尋ねたところ、利用している企業は全体の15.5%で、昨年末の12.6%より2.9ポイント増加した(図表1-33参照)。産業別では、「金融・保険業」「建設業」「サービス業・その他(計)」で、利用率が高い(図表1-34参照)。

図表 1-33 ASP・SaaSの利用状況



図表 1-34 産業別 ASP・SaaS の利用状況(平成20年末)



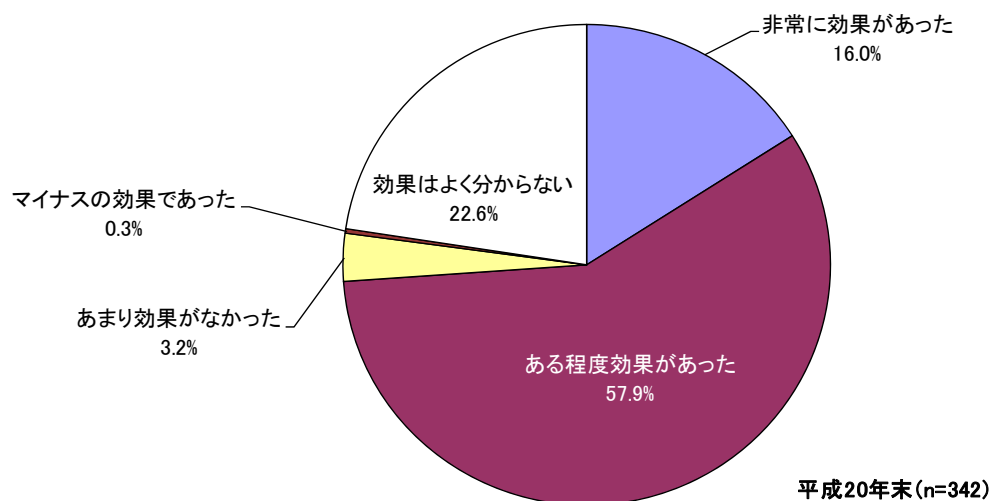
³ ASP : 「Application Service Provider」の略。

⁴ SaaS : 「Software as a Service」の略。

(2) ASP・SaaSの利用効果

ASP・SaaSの利用企業においては、「非常に効果があった」が16.0%（昨年比1.5ポイント減）、「ある程度効果があった」は57.9%（同7.9ポイント増）、両者を合わせると70%以上の企業において効果が認められている（図表1-35参照）。

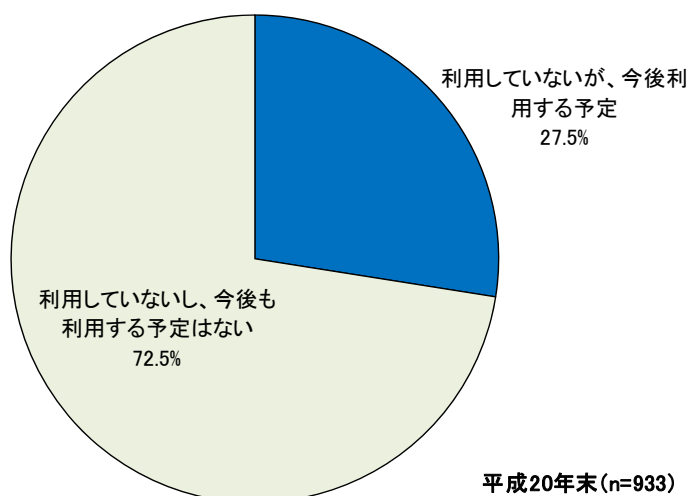
図表 1-35 ASP・SaaSの利用効果の有無



(3) ASP・SaaSの利用意向

ASP・SaaSを利用していない企業のうち、今後利用を予定している企業が27.5%となっており、今後の普及が期待される（図表1-36参照）。

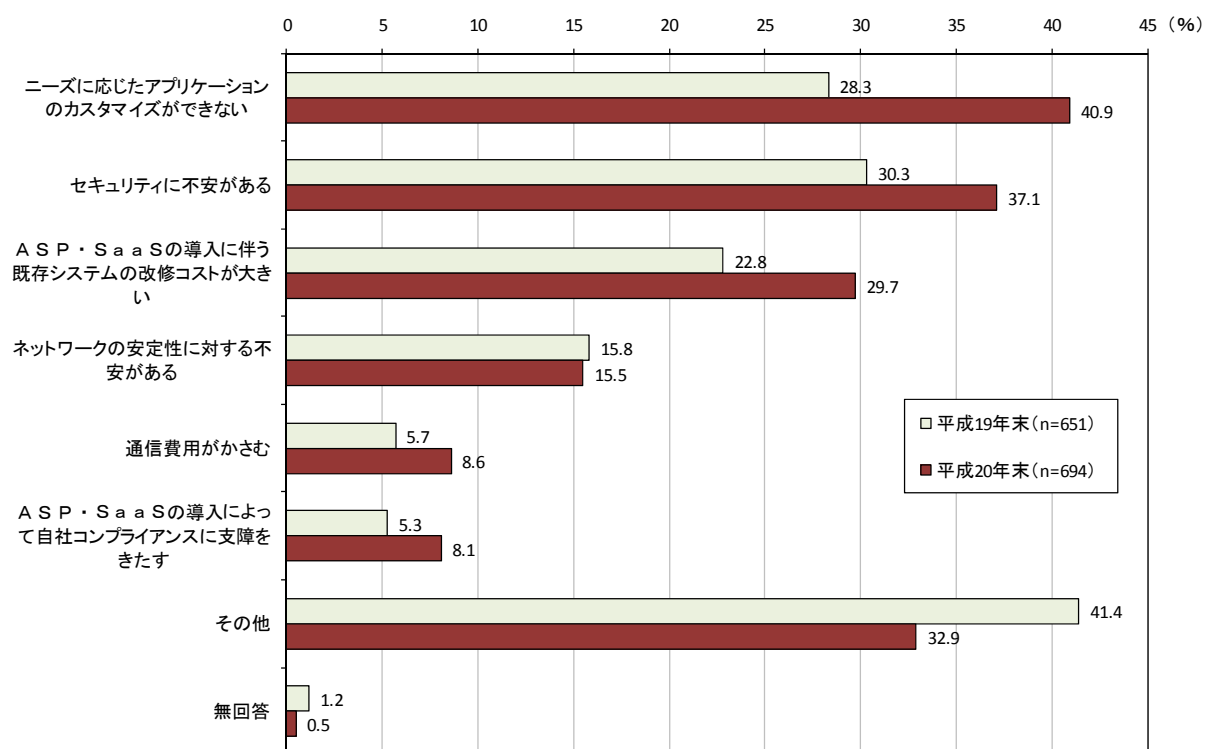
図表 1-36 ASP・SaaSの利用意向



(4) ASP・SaaS を利用しない理由

「ASP・SaaS を利用していないし、今後も利用する予定はない」と回答した企業に対し、利用しない理由を尋ねたところ、「ニーズに応じたアプリケーションのカスタマイズができない」が40.9%で最も多かった。また、「セキュリティに不安がある」が37.1%、「ASP・SaaS の導入に伴う既存システムの回収コストが大きい」が29.7%となっている(図表 1-37参照)。

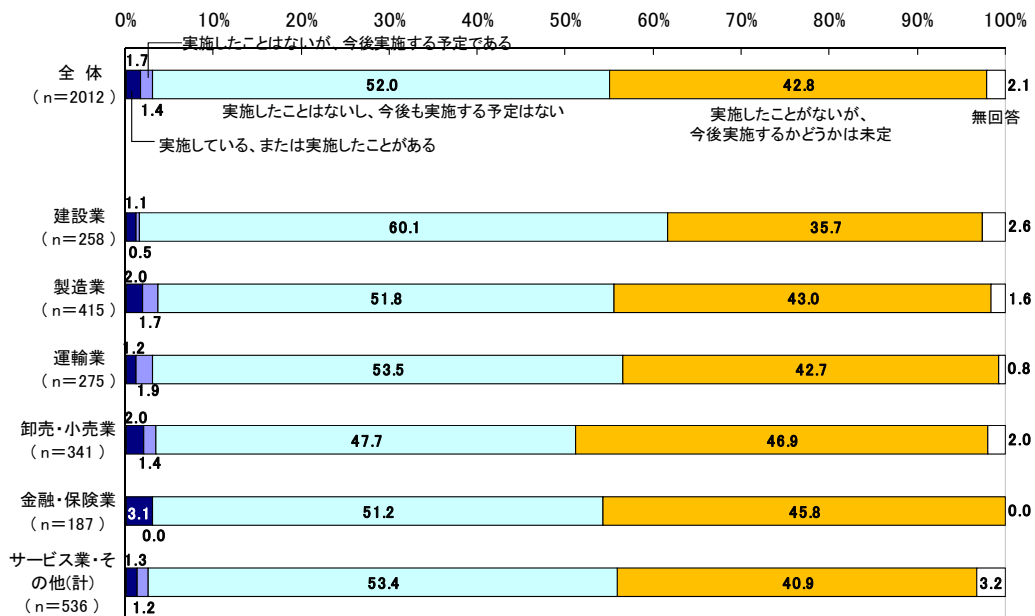
図表 1-37 ASP・SaaS を利用しない理由



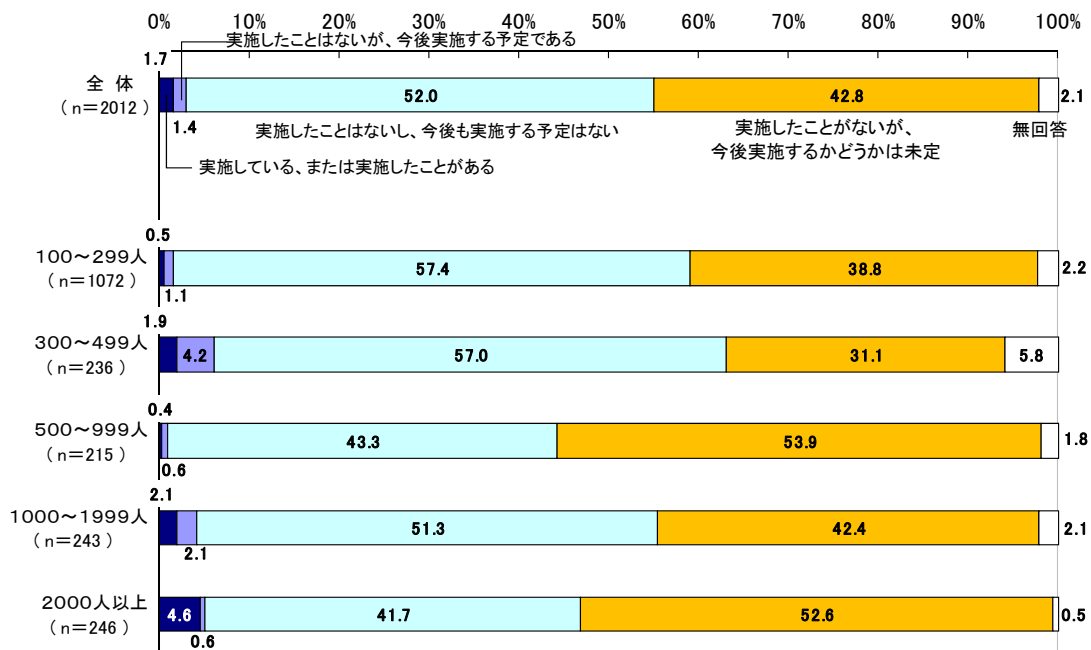
8 インターネット上の3D仮想空間の利用

すべての企業に対して、インターネット上の3D仮想空間で支店開設、販売促進活動、PR、イベント開催などの活動の有無を尋ねたところ、「実施している、または実施したことがある」企業は全体の1.7%であった。「金融・保険業」や「サービス業・その他（計）」や「2000人以上」の企業では若干割合が高いが、全体的には、利用は一部の企業に限られている様子が見える（図表1-38、図表1-39参照）。

図表 1-38 産業別3D仮想空間の利用状況(平成20年末)



図表 1-39 従業者規模別3D仮想空間の利用状況(平成20年末)



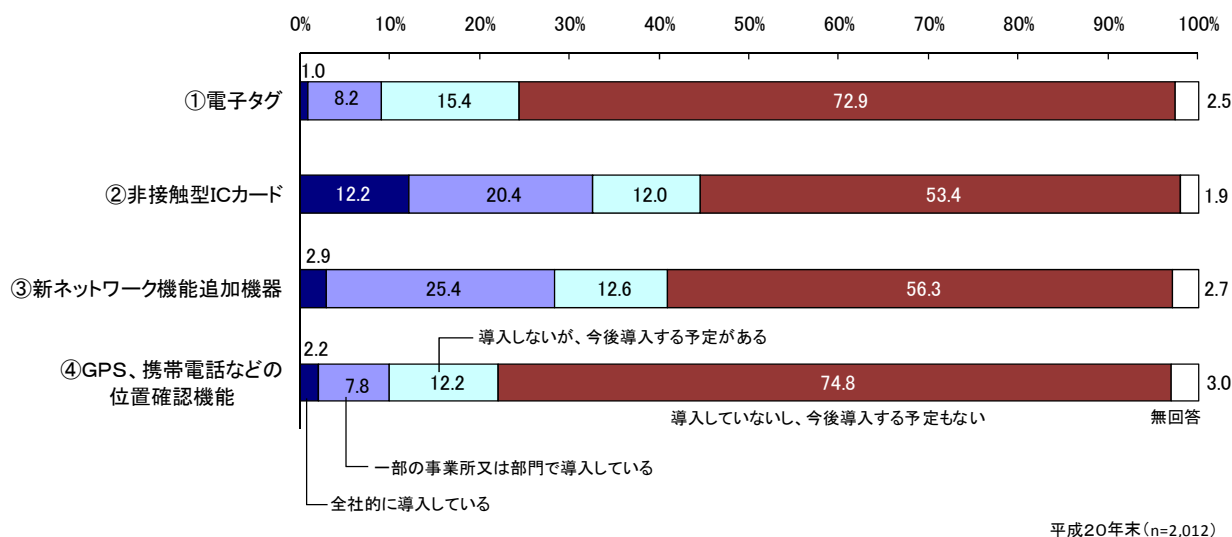
9 ユビキタス関連ツールの導入

すべての企業に対し、ユビキタス関連ツールの導入状況について尋ねた。ここでいうユビキタス関連ツールとは、次の①「電子タグ（RFID タグ）」、②「非接触型 IC カード」、③「新たにネットワーク機能が加わった機器（ネットワークカメラ、センサー等）」、④「GPS、携帯電話などの位置確認機能」を指している。

- ・ 「電子タグ」：物の特定による生産管理や在庫管理、物流管理などに利用
- ・ 「非接触型 IC カード」：人の認証による入退室管理、キャッシュレス決済などに利用
- ・ 「新たなネットワーク機能が加わった機器」：ネットワークカメラや人感センサーを防犯などに利用
- ・ 「GPS、携帯電話などの位置確認機能」：車両の位置情報に基づく運行管理などに利用

ユビキタス関連ツールとして、上記の①～④のいずれかを全社的あるいは一部の事業所又は部門で導入している企業は全体の 50.2% を占め、半数にあたる企業が導入している（図表 1-41 参照）。ツール別では「非接触型 IC カード」の導入率が最も高く 32.6%、次いで「新ネットワーク機能追加機器」（28.3%）、「GPS、携帯電話などの位置確認機能」（10.0%）、「電子タグ」（9.2%）の順となっている。すべてのツールで 10% を超える企業が導入を予定しており、今後の普及が期待される（図表 1-40 参照）。

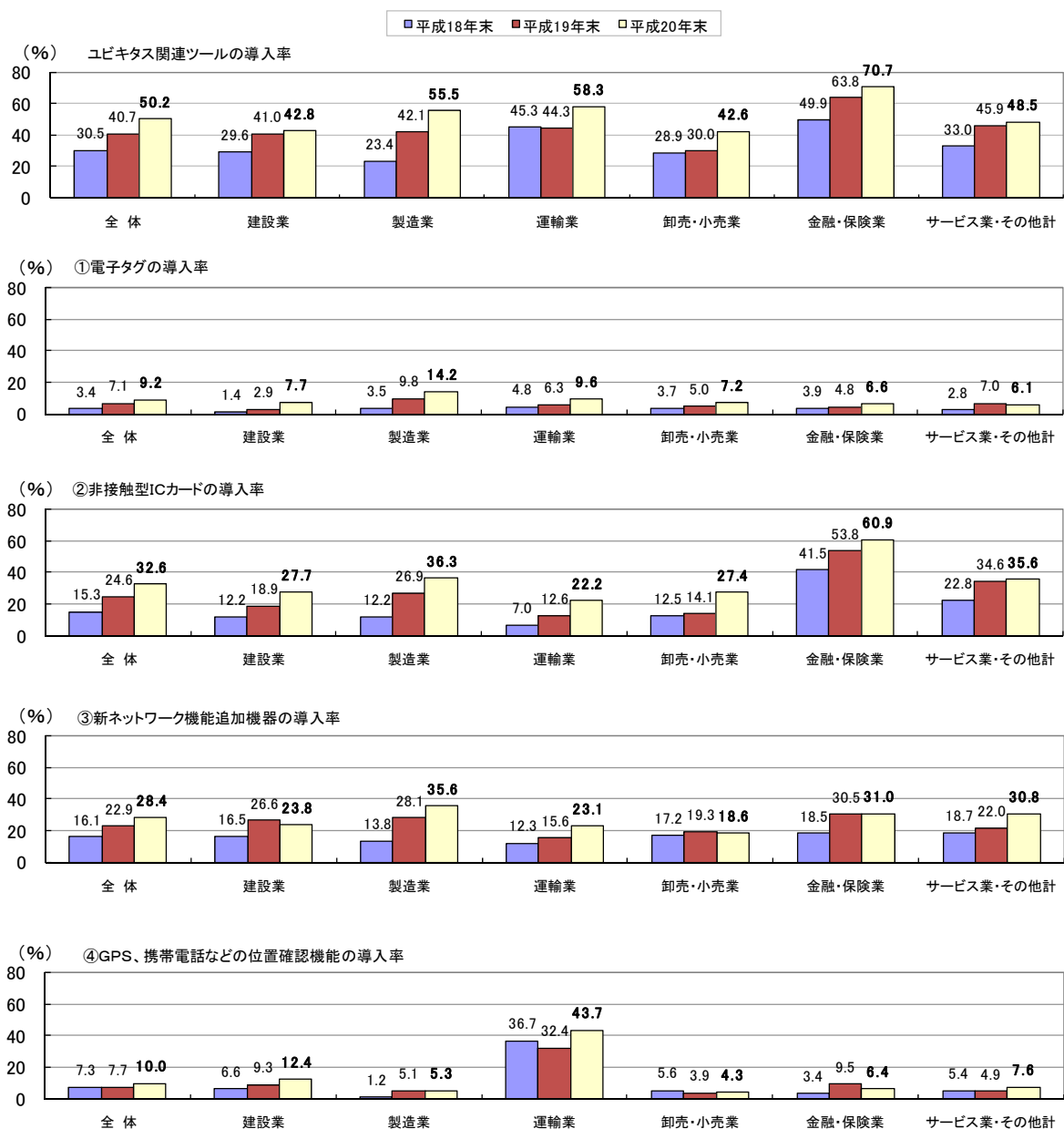
図表 1-40 ユビキタス関連ツールの導入状況（平成20年末）



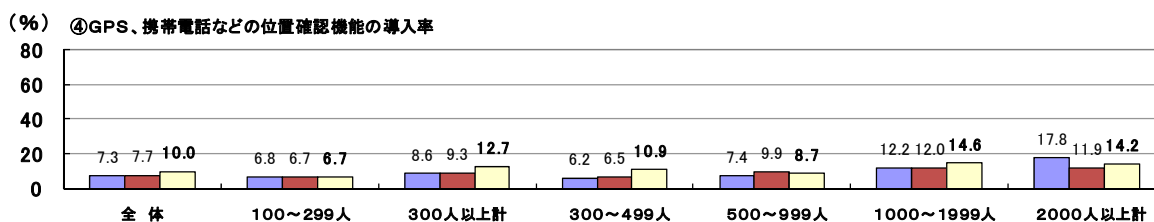
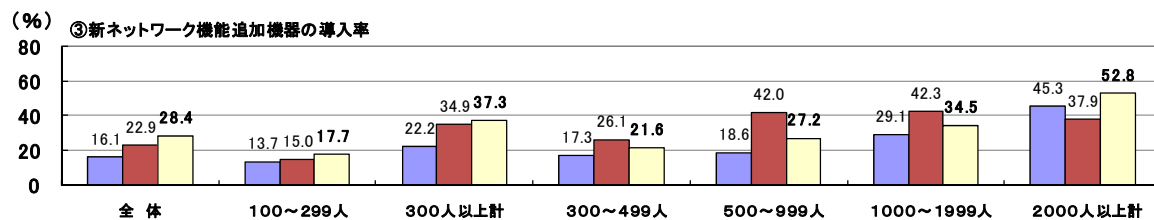
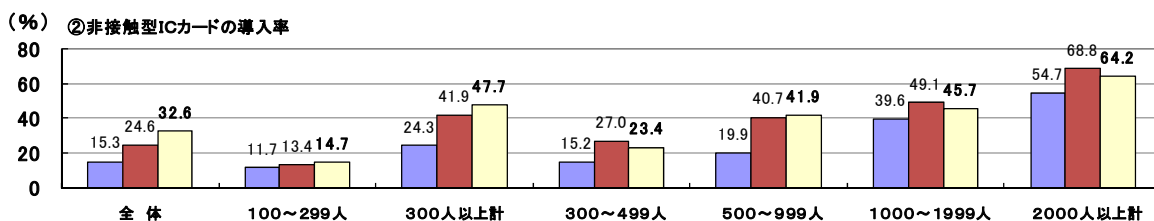
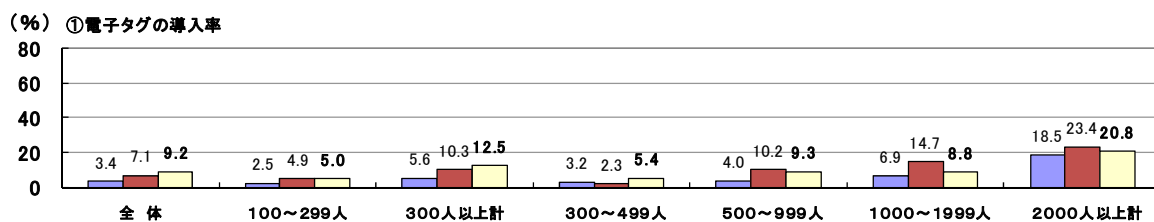
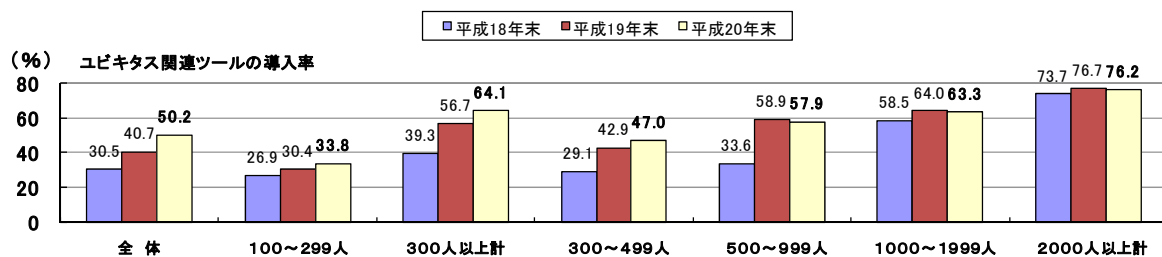
産業別にみると、利用するツールに傾向の違いがみられる。最も普及が進んでいるとみられる「非接触型 IC カード」の場合、情報管理に留意する場面が多い「金融・保険業」でとりわけ割合が高い。また、「GPS、携帯電話などの位置確認機能」は「運輸業」でとりわけ割合が高いなど、各産業における業務を反映した違いが見受けられる（図表 1-41 参照）。

従業者規模別にみると、総じて大企業ほど導入率が高い傾向がみられるが、「非接触型 IC カード」や「新ネットワーク機能追加機器」は規模に関わらず、一定程度、導入が進んでいる（図表 1-42 参照）。

図表 1-41 産業別ユビキタス関連ツール導入率



図表 1-42 従業員規模別ユビキタス関連ツール導入率



10 情報通信ネットワーク利用上の問題点

情報通信ネットワーク（企業通信網及びインターネット網）を利用している企業と利用していない企業に対し、利用企業には利用する上で認識される問題点、未利用企業には、利用を妨げる問題点をそれぞれ尋ねた（複数回答）。

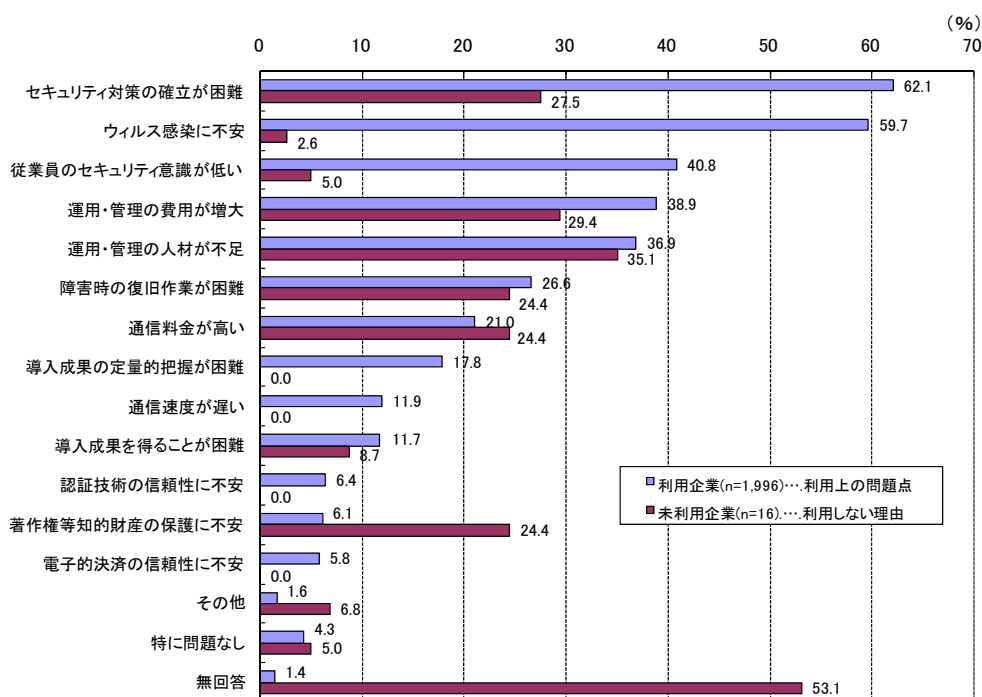
利用企業

情報通信ネットワークの利用上の問題点として、第1番目に挙げられたのは「セキュリティ対策の確立が困難」（62.1%）である。次いで「ウィルス感染に不安」（59.7%）、「従業員のセキュリティ意識が低い」（40.8%）が多く挙げられており、セキュリティに対する不安がこれまで同様に利用者の最大の問題となっていることを示している。続いて「運用・管理の費用が増大」（38.9%）、「運用・管理の人材が不足」（36.9%）、「障害時の復旧作業が困難」（26.6%）、「導入成果の定量的把握が困難」（17.8%）を挙げる企業が多く、安全性、人材、コスト、運用管理、導入効果の面についても問題意識が高い（図表 1-43参照）。

未利用企業

情報通信ネットワークの未利用企業数は16社である点に注意が必要であるが、利用を妨げている問題点として多いのは、「運用・管理の人材の不足」（35.1%）、「運用・管理の費用が増大」（29.4%）、「セキュリティ対策の確立が困難」（27.5%）など運用管理への不安が利用を妨げる要因である様子がうかがえる（図表 1-43参照）。

図表 1-43 情報通信ネットワークの利用上の問題点



情報通信ネットワーク利用の有無にかかわらず、すべての企業に利用上の問題点を尋ねたところ、産業別、従業員規模別にみても、「セキュリティ対策の確立が困難」「ウイルス感染に不安」「従業員のセキュリティ意識が低い」が上位3位に挙がる場合が多く、セキュリティに対する不安が問題となっていることがわかる（図表 1-44参照）。

図表 1-44 情報通信ネットワークの利用上の問題点(属性別ランキング)(平成 20 年末)

		n	1位	2位	3位	4位	5位
【全体】		2,012	セキュリティ対策の確立 が困難 61.8	ウイルス感染に不安 59.2	従業員のセキュリティ意 識が低い 40.5	運用・管理の費用が増 大 38.8	運用・管理の人材が不 足 36.9
インターネット 利用状況	全社的に利用	1,649	セキュリティ対策の確立 が困難 62.8	ウイルス感染に不安 59.4	従業員のセキュリティ意 識が低い 40.5	運用・管理の費用が増 大 39.8	運用・管理の人材が不 足 35.3
	一部の事業所又は部門で利用	341	ウイルス感染に不安 61.4	セキュリティ対策の確立 が困難 59.0	運用・管理の人材が不 足 45.0	従業員のセキュリティ意 識が低い 42.8	運用・管理の費用が増 大 34.8
	利用していないが、今後利用予定あり	8	運用・管理の人材が不 足 27.0	ウイルス感染に不安 22.6	運用・管理の費用が増 大 10.7	導入成果を得ることが 困難 10.7	セキュリティ対策の確立 が困難 8.7
	利用していないし、今後も利用予定なし	8	運用・管理の人材が不 足 65.7	障害時の復旧作業が困 難 63.1	運用・管理の費用が増 大 54.1	セキュリティ対策の確立 が困難 44.9	著作権等知的財産の保 護に不安 44.9
産業	建設業	258	セキュリティ対策の確立 が困難 59.2	ウイルス感染に不安 55.0	従業員のセキュリティ意 識が低い 45.9	運用・管理の人材が不 足 38.7	運用・管理の費用が増 大 31.1
	製造業	415	ウイルス感染に不安 62.3	セキュリティ対策の確立 が困難 61.5	従業員のセキュリティ意 識が低い 41.7	運用・管理の費用が増 大 39.0	運用・管理の人材が不 足 37.4
	運輸・通信業	275	セキュリティ対策の確立 が困難 59.2	ウイルス感染に不安 52.0	従業員のセキュリティ意 識が低い 39.2	運用・管理の人材が不 足 38.8	運用・管理の費用が増 大 35.6
	卸売・小売業	341	セキュリティ対策の確立 が困難 60.4	ウイルス感染に不安 55.0	従業員のセキュリティ意 識が低い 41.7	運用・管理の費用が増 大 38.1	運用・管理の人材が不 足 36.3
	金融・保険業	187	セキュリティ対策の確立 が困難 68.4	ウイルス感染に不安 56.0	運用・管理の費用が増 大 49.6	運用・管理の人材が不 足 33.7	障害時の復旧作業が困 難 25.0
	サービス業・その他(計)	536	セキュリティ対策の確立 が困難 63.9	ウイルス感染に不安 62.3	運用・管理の費用が増 大 40.9	従業員のセキュリティ意 識が低い 39.1	運用・管理の人材が不 足 36.0
従業員規模	100～299人未満	1,072	セキュリティ対策の確立 が困難 59.6	ウイルス感染に不安 57.6	運用・管理の人材が不 足 39.8	従業員のセキュリティ意 識が低い 38.8	運用・管理の費用が増 大 36.0
	300人以上	940	セキュリティ対策の確立 が困難 63.6	ウイルス感染に不安 60.6	従業員のセキュリティ意 識が低い 41.9	運用・管理の費用が増 大 41.2	運用・管理の人材が不 足 34.4
	300～499人	236	セキュリティ対策の確立 が困難 60.0	ウイルス感染に不安 53.2	従業員のセキュリティ意 識が低い 46.4	運用・管理の人材が不 足 31.8	運用・管理の費用が増 大 30.7
	500～999人	215	ウイルス感染に不安 63.4	セキュリティ対策の確立 が困難 53.8	従業員のセキュリティ意 識が低い 38.9	運用・管理の費用が増 大 38.6	運用・管理の人材が不 足 33.2
	1000～1999人	243	セキュリティ対策の確立 が困難 64.2	ウイルス感染に不安 61.2	従業員のセキュリティ意 識が低い 43.7	運用・管理の費用が増 大 39.0	運用・管理の人材が不 足 35.6
	2000人以上	246	セキュリティ対策の確立 が困難 70.1	ウイルス感染に不安 62.0	運用・管理の費用が増 大 49.5	従業員のセキュリティ意 識が低い 40.0	通信料金が高い 35.7

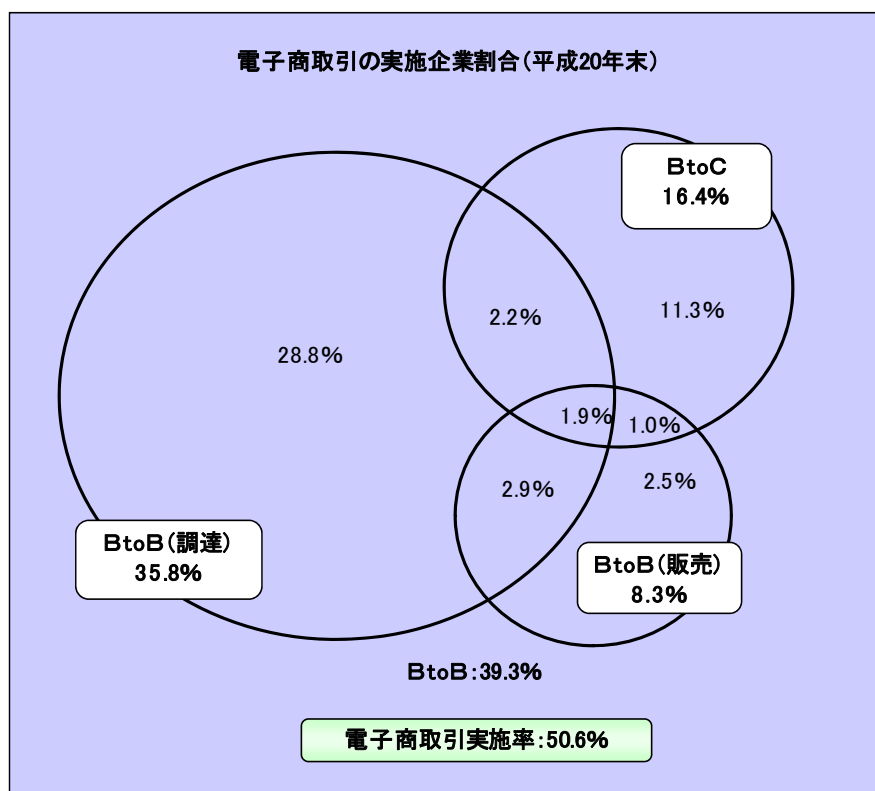
第2章 電子商取引

1 電子商取引の導入

本調査が対象とするすべての企業に対して、電子商取引（インターネットを利用した調達及び販売⁵⁾）の導入状況を尋ねた。

平成20年末の時点において、インターネットを利用して企業向けの販売、企業からの調達、一般消費者向けの販売のいずれかを実施している企業は全体の50.6%（平成19年末49.6%）で、半数を超える企業が電子商取引を行っている。下図はその構成で、企業からの調達（B to B（調達））を実施している企業が35.8%、企業への販売（B to B（販売））を実施している企業が8.3%で、調達と販売のいずれかを行っている企業（BtoB 実施率）は39.3%であった。一般消費者向け販売を行っている企業（B to C）は16.4%である。電子商取引を実施している企業で最も多いのは、原材料・部品などの中間財を企業間で調達することのみインターネットを活用する企業（28.8%）である。次いで、一般消費者向けだけに電子商取引を行っている企業（11.3%）となっている（図表2-1参照）。

図表 2-1 電子商取引の構造



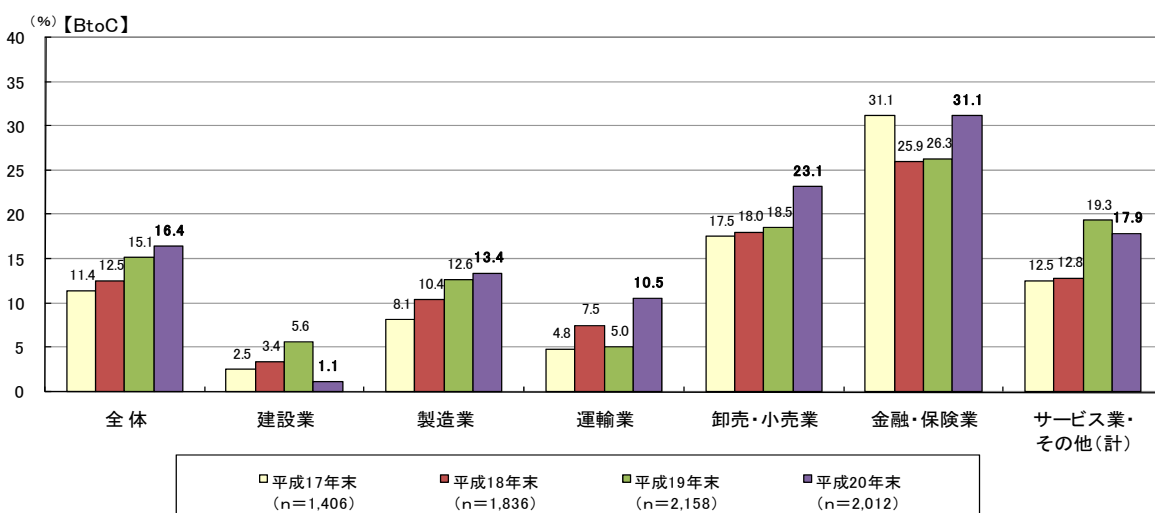
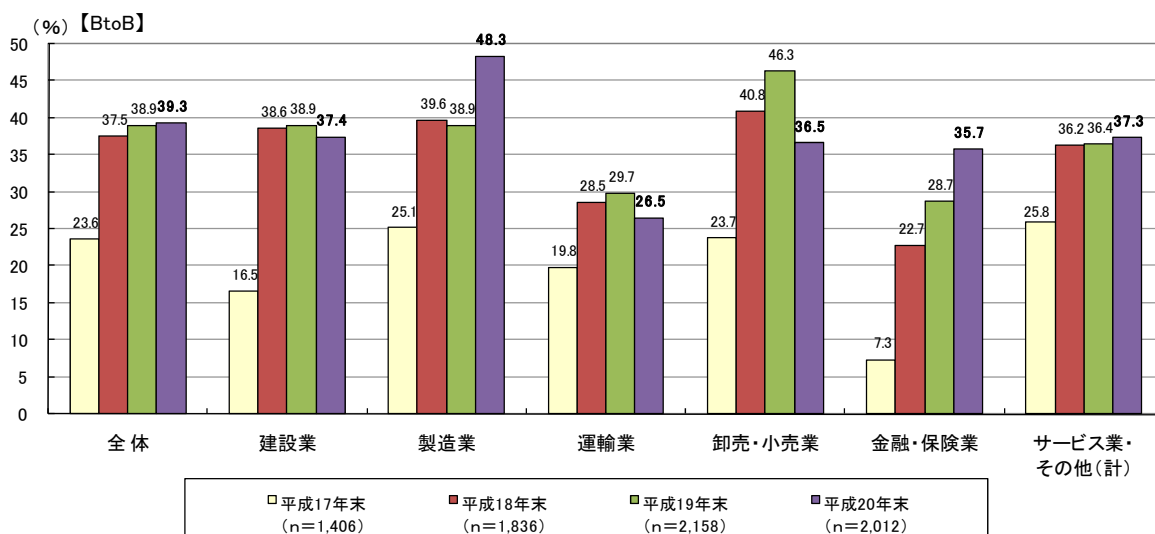
⁵⁾ 公衆網のインターネットを用いた調達だけでなく、TCP/IPを用いた調達も含まれる。

産業別の B to B（企業間取引）及び B to C（企業と一般消費者の取引）の実施状況をみると、「全体」ではいずれも昨年末に比べて増加している。平成 20 年末には、B to B は 39.3% の企業が、B to C は 16.4% の企業が実施している。

産業別にみると、B to B の場合、特に「製造業」「金融・保険業」で増加が目立つ。

B to C の場合、「金融・保険業」が 31.1%、「卸売・小売業」が 23.1%の実施率となっている（図表 2-2 参照）。

図表 2-2 B to B 及び B to C の実施率



2 電子商取引による販売額

電子商取引を行っている企業に対し、インターネットで注文を受け付けた販売額とその商品の販売額全体に占める割合（電子販売率）を尋ねた。

電子販売率の分布は、「1%未満」が最も多く20.0%を占める。昨年末は、割合が10%未満の企業が全体の56.2%を占めていたが、平成20年末には43.4%に減少し、「10~20%未満」や「80%以上」も増加したため、無回答を除く電子販売率の平均は昨年比4.3ポイント増の13.5%となった（図表2-3参照）。産業別では、「建設業」「サービス業・その他（計）」の平均が20%前後と高く、一方、「卸売・小売業」では7.5%となっている（図表2-4参照）。

図表 2-3 電子販売率の推移

	集計企業数（社）	電子販売率（%）												無回答	平均
		1%未満	1%~2%未満	2%~3%未満	3%~5%未満	5%~10%未満	10%~20%未満	20%以上	20%~40%未満	40%~60%未満	60%~80%未満	80%以上			
平成14年末	338	60.7	1.9	0.2	1.8	2.8	0.2	0.8	-	-	-	-	-	31.6	1.7
平成15年末	493	41.4	5.5	3.8	3.1	2.8	2.1	4.5	-	-	-	-	-	36.7	5.0
平成16年末	393	13.7	3.9	4.0	1.8	4.8	2.4	13.6	-	-	-	-	-	55.7	18.3
平成17年末	256	19.7	3.1	3.0	2.8	8.3	6.4	13.3	-	-	-	-	-	43.5	14.2
平成18年末	358	0.1	13.1	3.9	1.2	5.0	23.7	11.7	7.6	3.2	0.1	0.8	41.2	11.8	
平成19年末	362	22.2	9.6	5.5	9.1	9.8	5.4	12.5	7.9	1.7	0.3	2.6	25.8	9.2	
平成20年末	389	20.0	10.2	2.7	3.6	6.8	7.8	13.4	6.3	2.5	0.3	4.3	35.5	13.5	

(注)1 「電子販売率」=インターネットを利用した販売額/売上高×100

2 平成17年末までの調査票では「インターネットを利用した販売額」を、平成18年末では電子販売率が「何割」か、平成19年末以降はそれが「何%」かを尋ねており、時系列でみる場合には質問の仕方に変更がある点に留意が必要。

図表 2-4 産業別電子販売率(平成20年末)

	集計企業数（社）	電子販売率（%）												無回答	平均
		1%未満	1%~2%未満	2%~3%未満	3%~5%未満	5%~10%未満	10%~20%未満	20%以上	20%~40%未満	40%~60%未満	60%~80%未満	80%以上			
全体	389	20.0	10.2	2.7	3.6	6.8	7.8	13.4	6.3	2.5	0.3	4.3	35.5	13.5	
建設業	10	31.4	14.6	-	-	-	-	27.5	-	11.8	15.7	-	26.5	21.1	
製造業	91	22.2	7.1	4.3	2.7	4.2	9.4	13.3	4.4	3.8	0.3	4.8	36.8	14.3	
運輸業	32	6.8	7.1	0.9	3.5	14.7	6.0	13.6	5.5	8.1	-	-	47.4	13.3	
卸売・小売業	89	30.0	15.4	1.0	7.3	3.8	3.3	7.1	2.7	2.1	-	2.3	32.1	7.5	
金融・保険業	65	11.8	13.8	2.9	1.2	10.6	8.0	13.3	9.3	-	2.0	2.0	38.4	11.2	
サービス業・その他(計)	102	9.8	8.2	3.2	0.9	11.4	11.5	19.5	12.1	0.6	-	6.8	35.5	19.2	

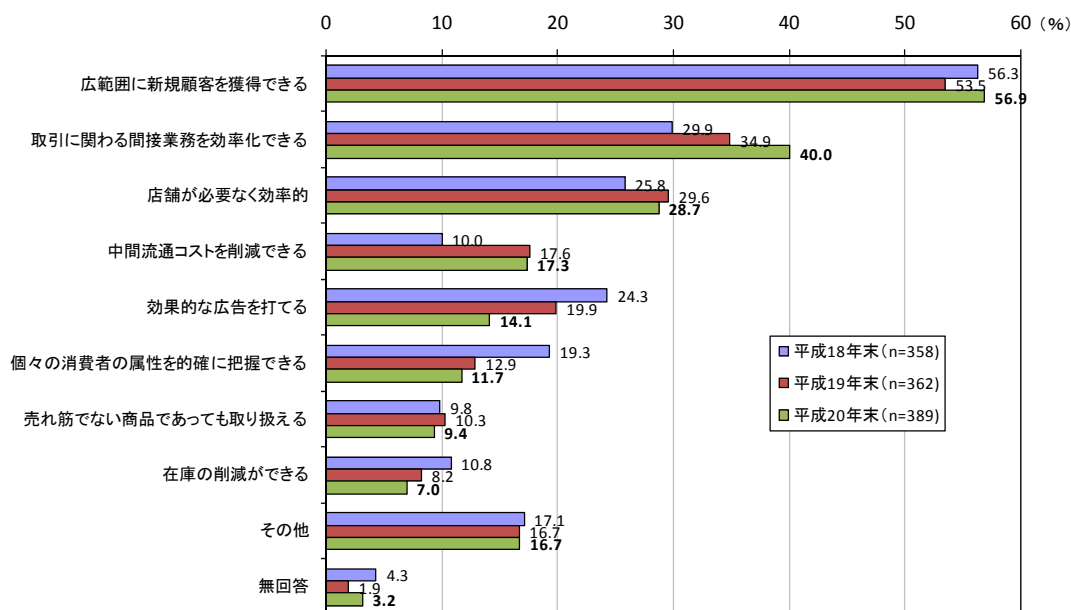
3 インターネット販売を行う理由

インターネットを利用して企業または一般消費者に販売を行う企業に対し、そのインターネット販売を行う理由を尋ねた。

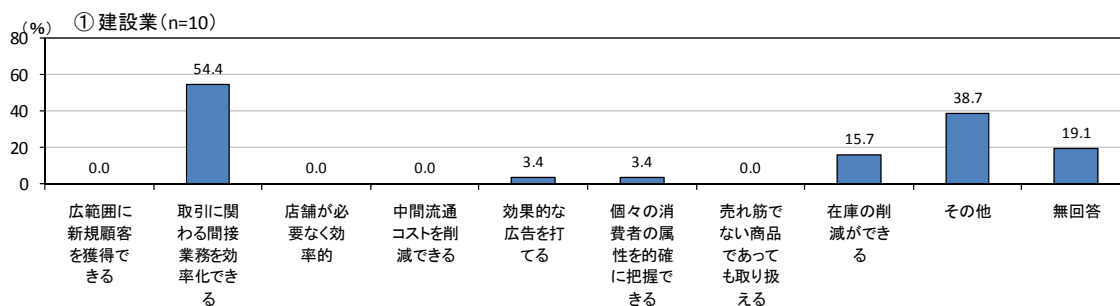
インターネット販売の理由として最も多く挙げられたのは、「広範囲に新規顧客を獲得できる」で56.9%（昨年比3.4ポイント増）、次いで「取引に係わる間接業務を効率化できる」が40.0%（昨年比5.1ポイント増）などである。また、「店舗が必要なく効率的」（28.7%）、「中間流通コストを削減できる」（17.3%）も昨年末と同水準の高さであり、企業にとって、新規顧客の獲得及び効率性の向上がメリットとなっている様子が見られる（図表2-5参照）。

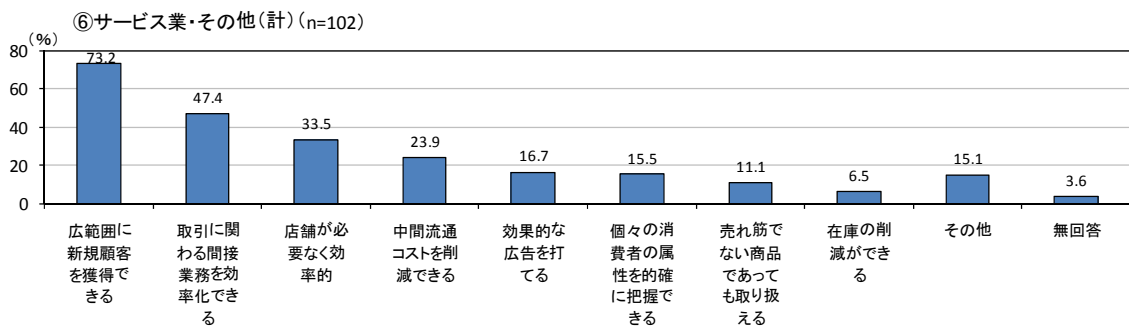
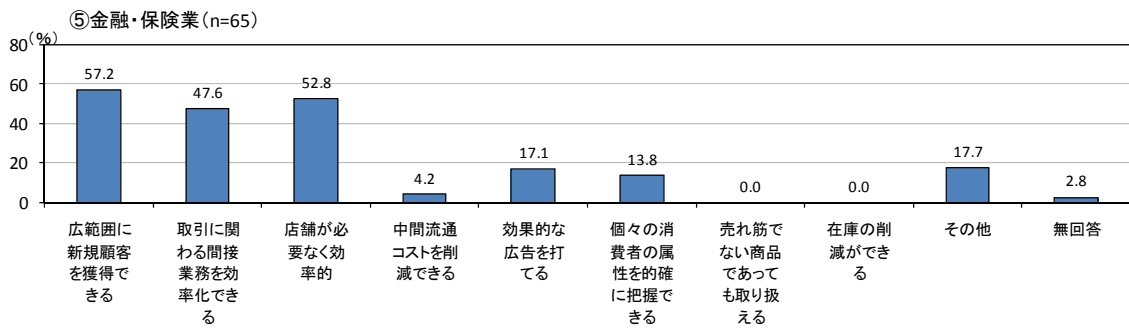
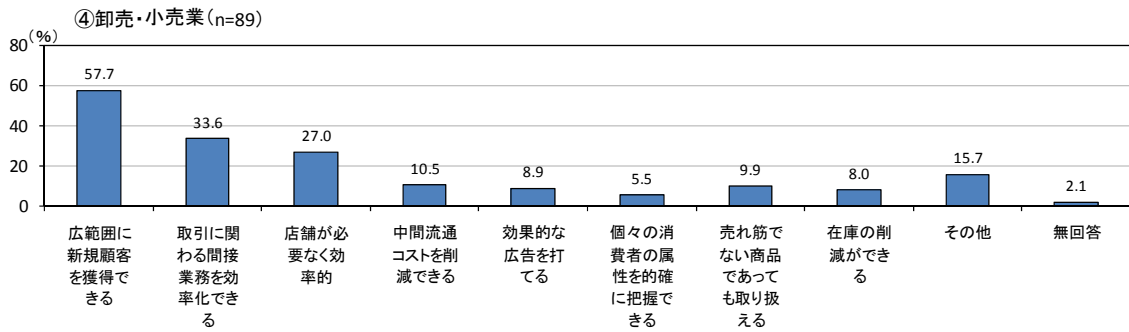
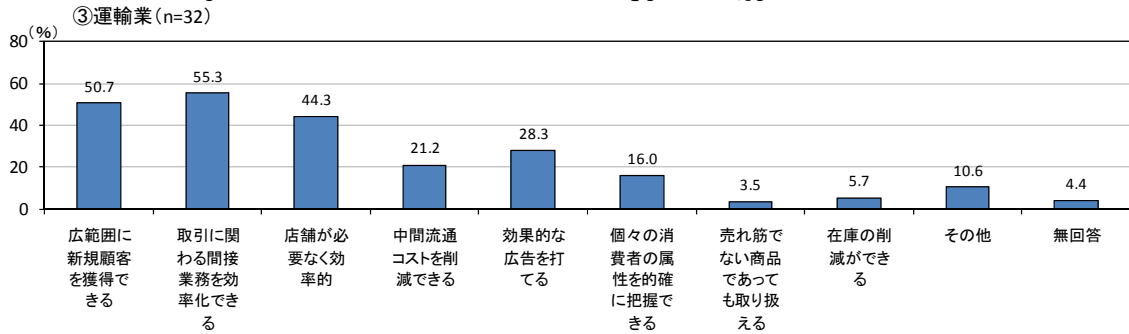
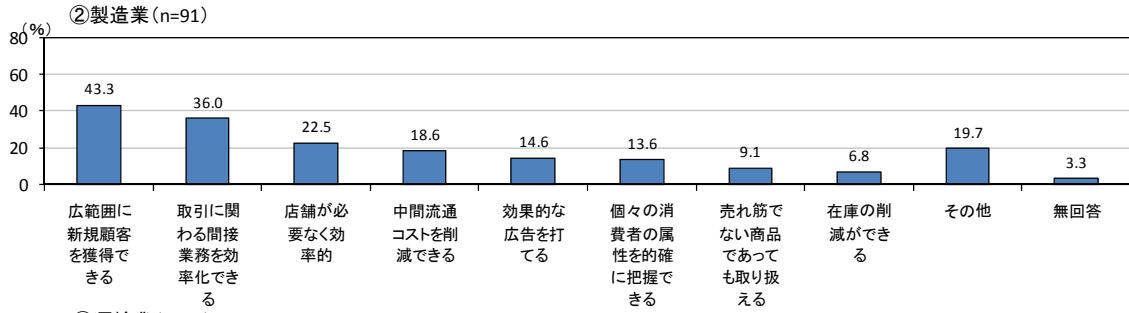
産業別にみると、総じて「広範囲に新規顧客を獲得できる」「取引に係わる間接業務を効率化できる」「店舗が必要なく効率的」の割合が高い（図表2-6参照）。

図表 2-5 インターネット販売を行う理由



図表 2-6 産業別インターネット販売を行う理由(平成20年末)





4 インターネットを利用した広告の導入

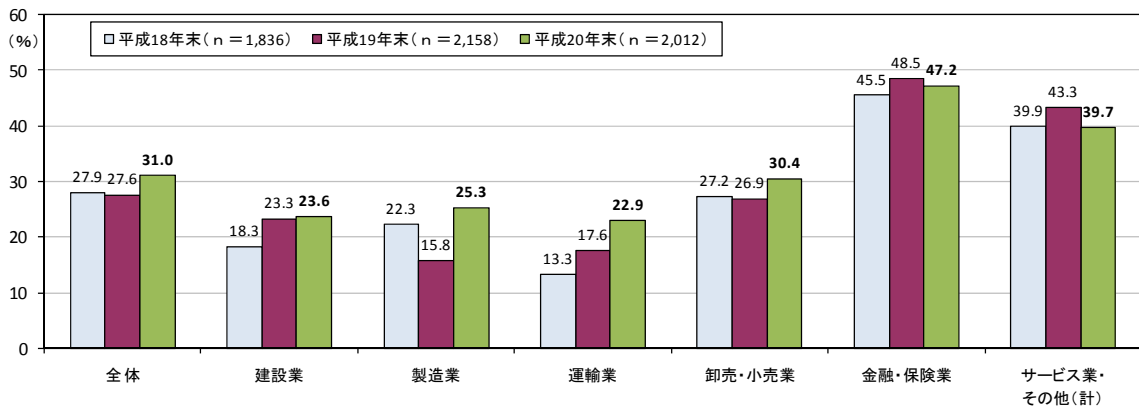
(1) インターネットを利用した広告の導入

インターネットを利用した広告を行う企業は昨年末から 3.4 ポイント増加の 31.0%となり、3 割を超えた。産業別には、「金融・保険業」が 47.2%で最も高く、「サービス業・その他(計)」(39.7%)、「卸売・小売業」(30.4%)が 3 割を超えている。(図表 2-7 参照)。

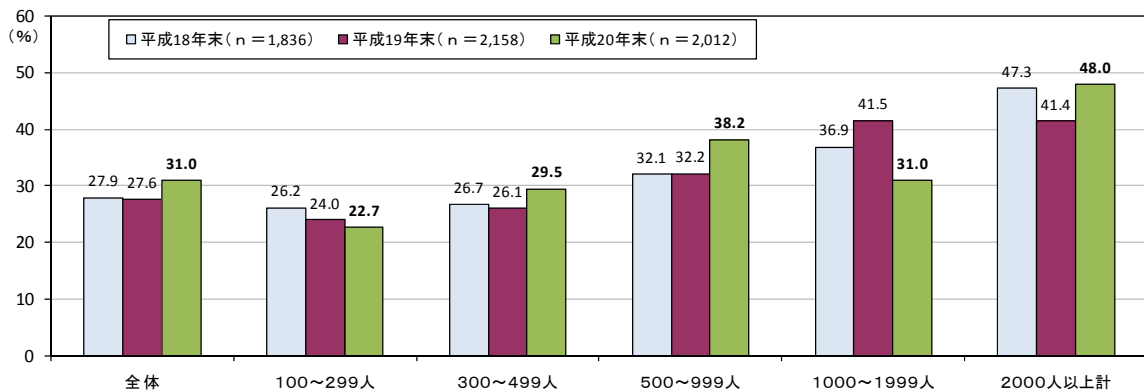
従業者規模別にみると、総じて大企業ほど導入率が高くなる傾向があり、特に「2000 人以上計」の企業では半数近い 48.0%が導入している(図表 2-8 参照)。

広告の種類では、「バナー広告」が 14.0%と最も導入率が高く、次いで「メールマガジン」(12.0%)、「テキスト広告」(9.9%)、「検索連動型」(6.6%)の順に導入率が高い(図表 2-9 参照)。

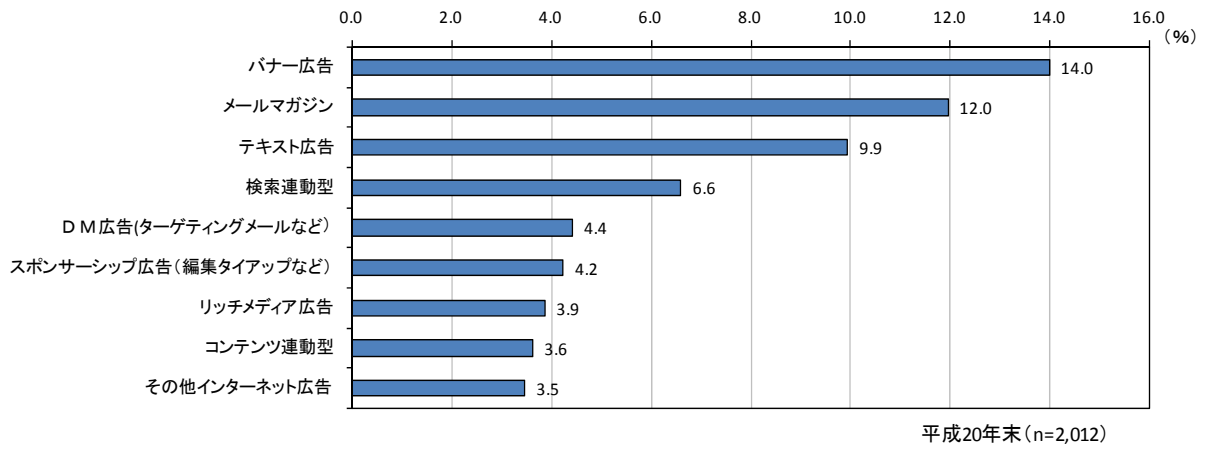
図表 2-7 産業別インターネットを利用した広告の導入率



図表 2-8 従業者規模別インターネットを利用した広告の導入率



図表 2-9 インターネットを利用した広告の種類別導入率

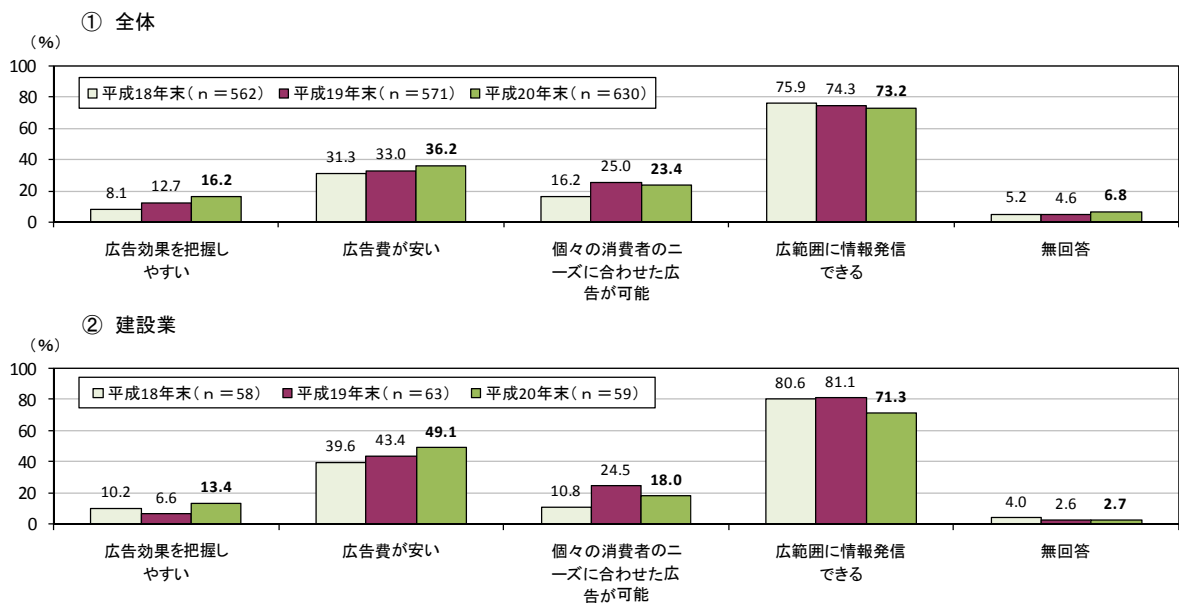


(2) インターネットを利用した広告を行う理由

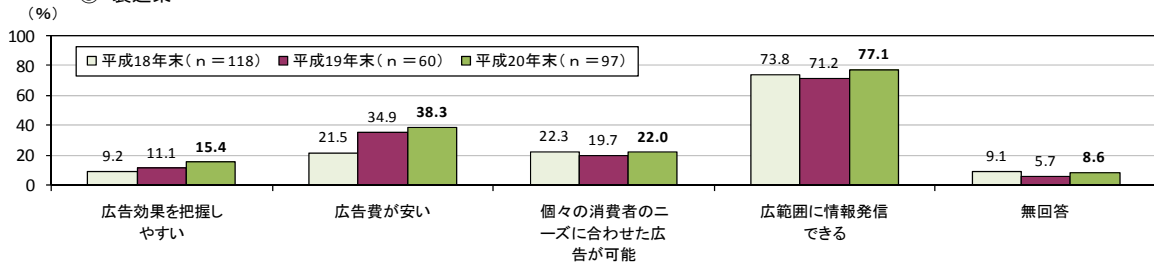
インターネットを利用した広告を行う企業にその理由を尋ねたところ、最も多く挙げられたのは、「広範囲に情報を発信できる」(73.2%)で、次いで「広告費が安い」(36.2%)、「個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能」(23.4%)の順で、この傾向は平成18年末及び昨年末と比べて大きな変化はない。

産業別にみても、大きな傾向の違いはないが、「金融・保険業」や「サービス業・その他(計)」では「個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能」の割合が他の産業よりも10ポイント程度高い(図表2-10参照)。

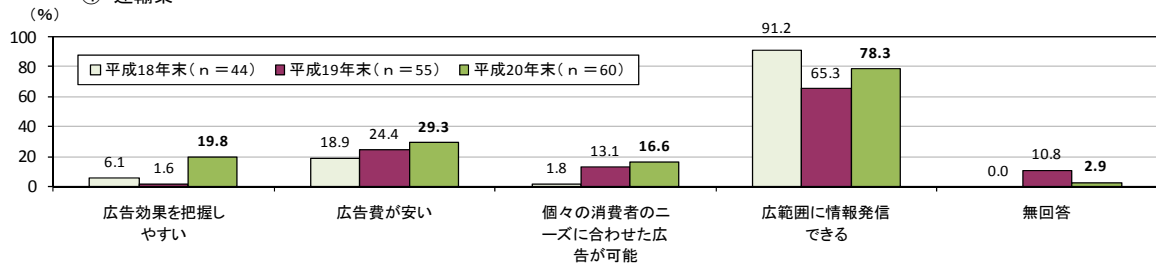
図表 2-10 産業別インターネットを利用した広告を行う理由



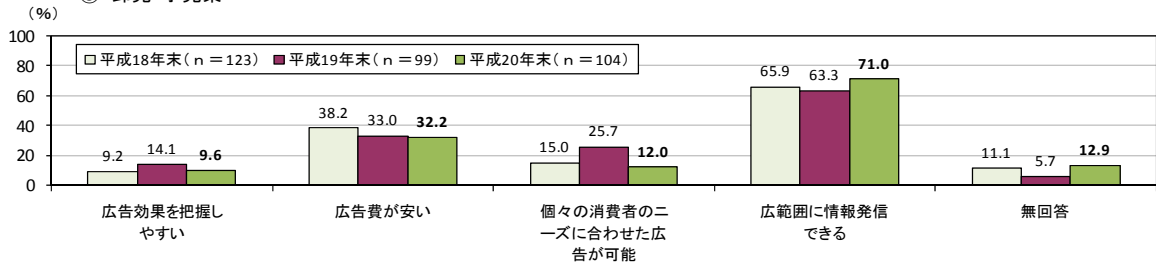
③ 製造業



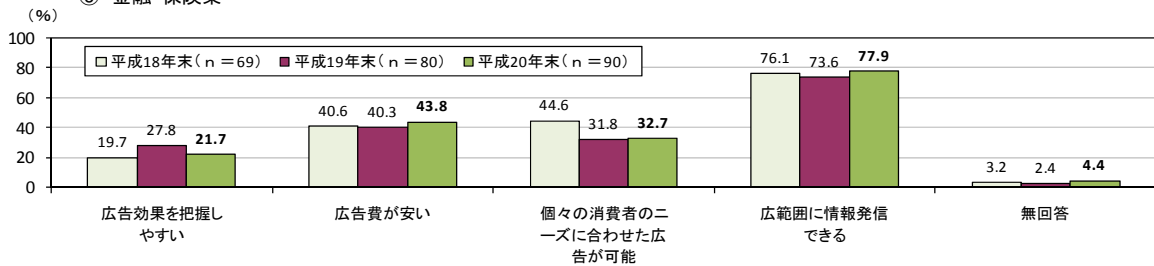
④ 運輸業



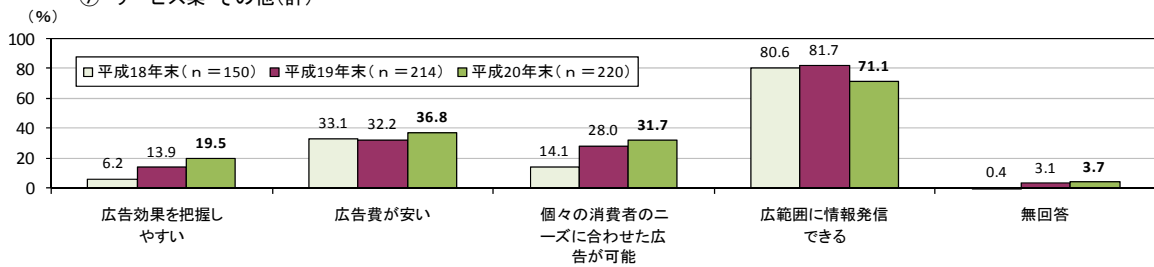
⑤ 卸売・小売業



⑥ 金融・保険業



⑦ サービス業・その他(計)



5 電子商取引の問題点

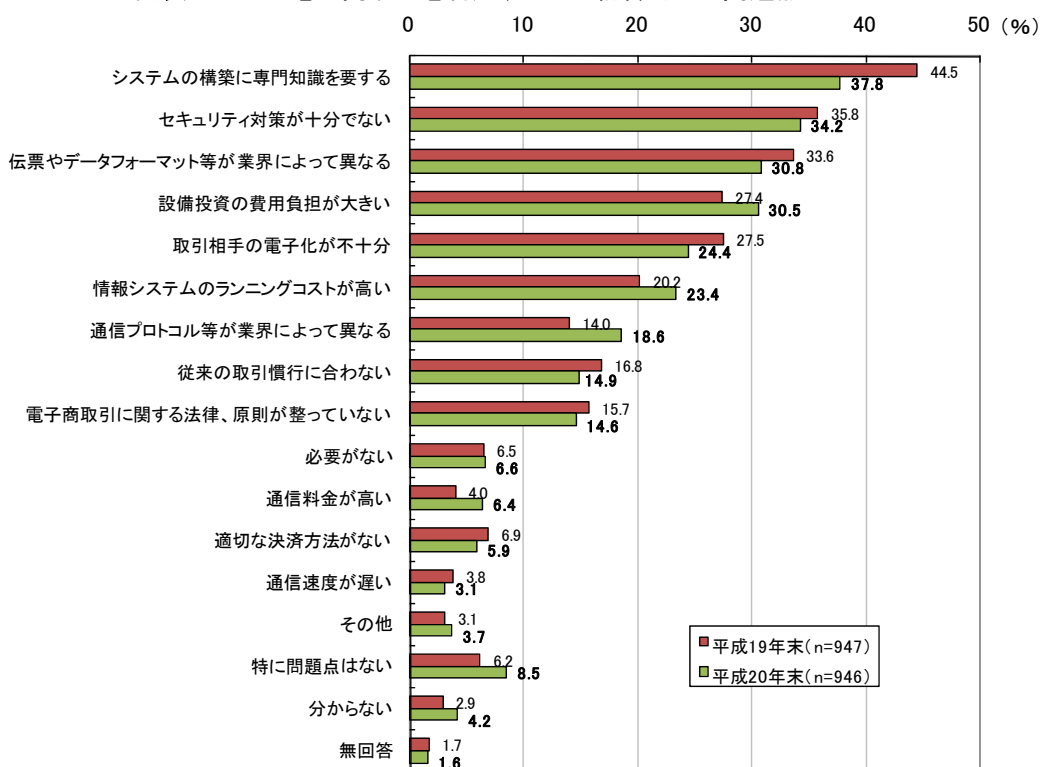
電子商取引を実施している企業に対しては、電子商取引を行っていく上での問題点を、また電子商取引を実施していない企業については、利用を妨げる問題点について尋ねた。

(1) 電子商取引を行う上で認識される問題点

最も多く挙げられた問題点は「システムの構築に専門知識を要する」(37.8%)であった。以下、「セキュリティ対策が十分でない」(34.2%)、「伝票やデータフォーマット等が業界によって異なる」(30.8%)、「設備投資の費用負担が大きい」(30.5%)、「取引相手の電子化が不十分」(24.4%)、「情報システムのランニングコストが高い」(23.4%)などの順に割合が高い。

また、「設備投資の費用負担が大きい」及び「情報システムのランニングコストが高い」がそれぞれ昨年比 3.1 ポイント、3.2 ポイントの増加となっており、企業にとってシステム構築及び維持にかかわるコストが問題点として意識されている様子がうかがえる。また、「伝票やデータフォーマット等が業界によって異なる」の割合が 30%以上と依然、高い水準にあるほか、「通信プロトコル等が業界によって異なる」の割合も増加するなど、業界間の整備環境を問題視する企業が多いこともうかがえる（図表 2-11 参照）。

図表 2-11 電子商取引を利用する上で認識される問題点

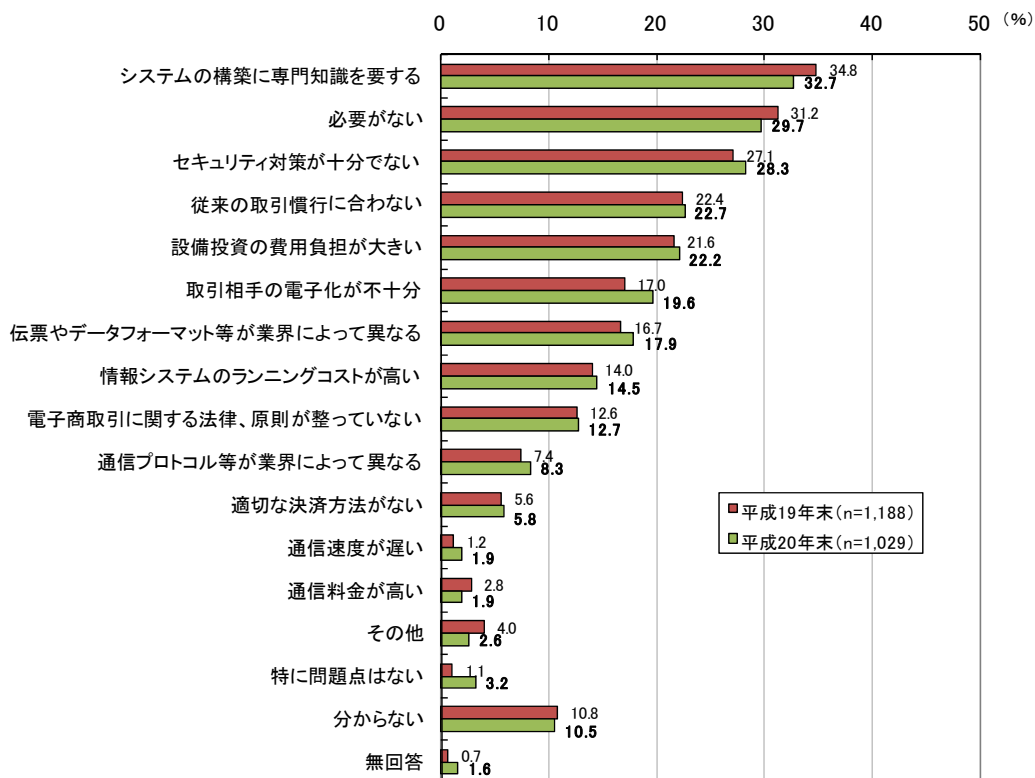


(2) 電子商取引の利用を妨げる問題点

電子商取引を利用していない企業が認識する問題点としては、利用者の場合と同じく「システムの構築に専門知識を要する」の割合が最も高い(32.7%)。次いで「必要がない」(29.7%)、「セキュリティ対策が十分でない」(28.3%)、「従来の取引慣行に合わない」(22.7%)の割合も高くなっている。

利用している企業に比べ、利用していない企業の方がより意識している問題点としては、「従来の取引慣行に合わない」があり、利用している企業では14.9%で8位に位置しているのに対し、利用していない企業では22.7%で4位に位置している。システム構築の知識、安全性、コストに加え、従来型の取引慣行も、電子商取引導入に対する障壁となっている様子がうかがえる(図表 2-12参照)。

図表 2-12 電子商取引の利用を妨げる問題点



第3章 テレワーク

1 テレワークの導入

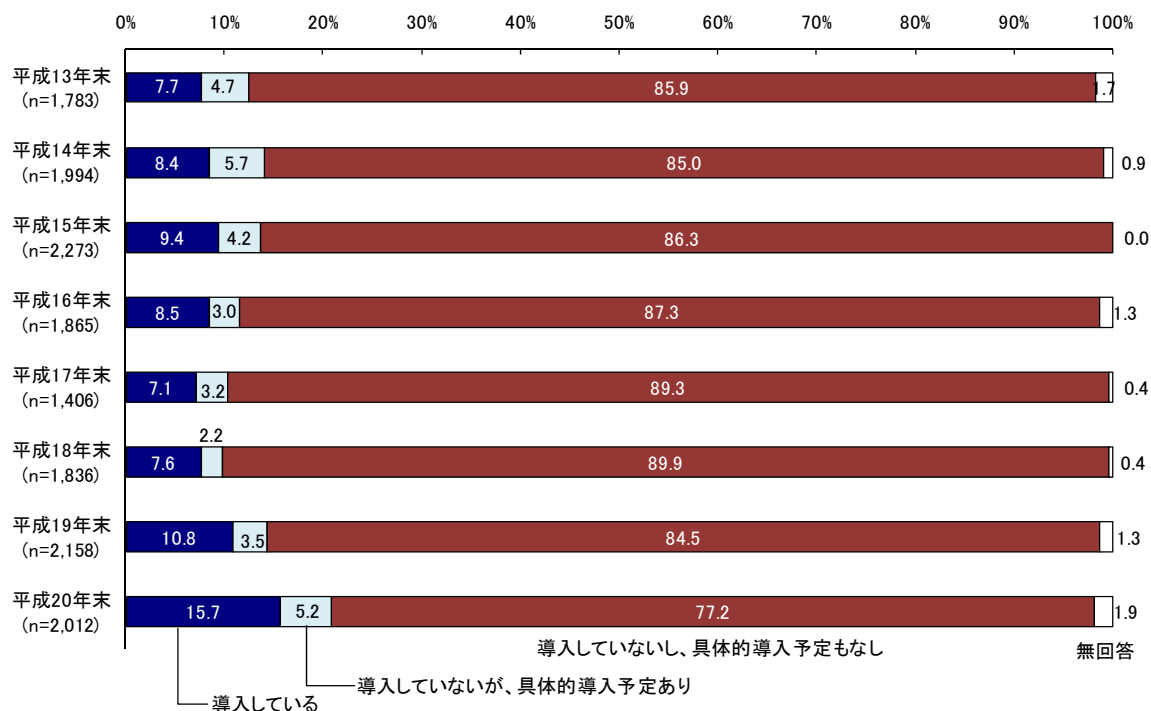
すべての企業に対し、テレワークの導入状況を尋ねたところ、「導入している」が昨年比4.9ポイント増の15.7%、「導入していないが、具体的導入予定あり」が5.2%、「導入していないし、具体的な導入予定もない」が77.2%であった。

「導入している」、「導入していないが、具体的導入予定あり」を合わせると、全体の20%を超え、今後、企業におけるテレワークの導入が増えていくものとみられる（図表 3-1 参照）。

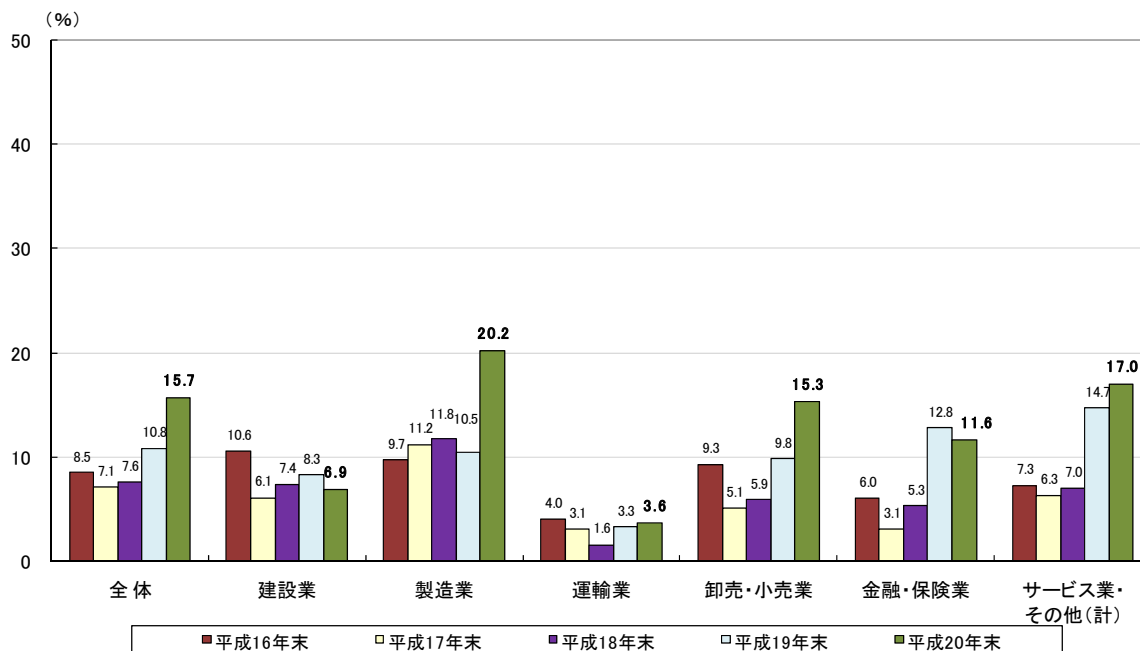
産業別にみると、特に「製造業」（20.2%）、「サービス業・その他（計）」（17.0%）、「卸売・小売業」（15.3%）で導入率が高い。一方、「建設業」（16.9%）、「運輸業」（3.6%）では導入があまり進んでいない様子が見える（図表 3-2 参照）。

また、従業員規模別にみると、総じて規模の大きい企業で導入率が高い傾向が認められ、1000人以上の企業の導入率は20%を超える（図表 3-3 参照）。

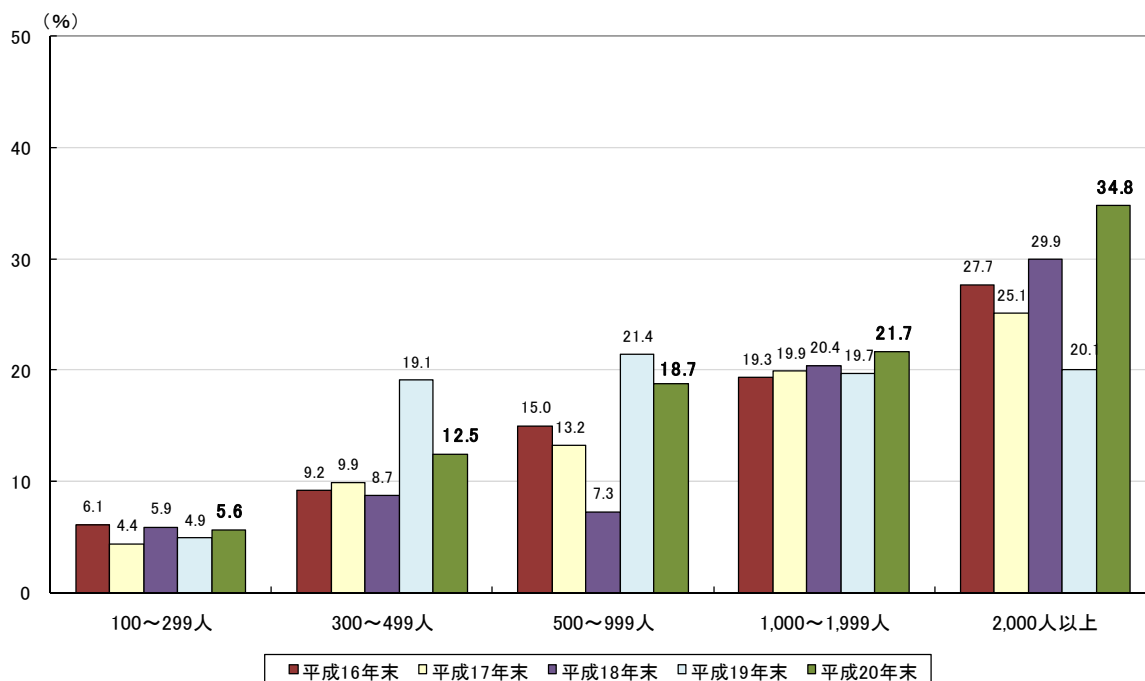
図表 3-1 テレワークの導入状況の推移



図表 3-2 産業別のテレワーク導入率の変化



図表 3-3 従業者規模別のテレワーク導入率の変化

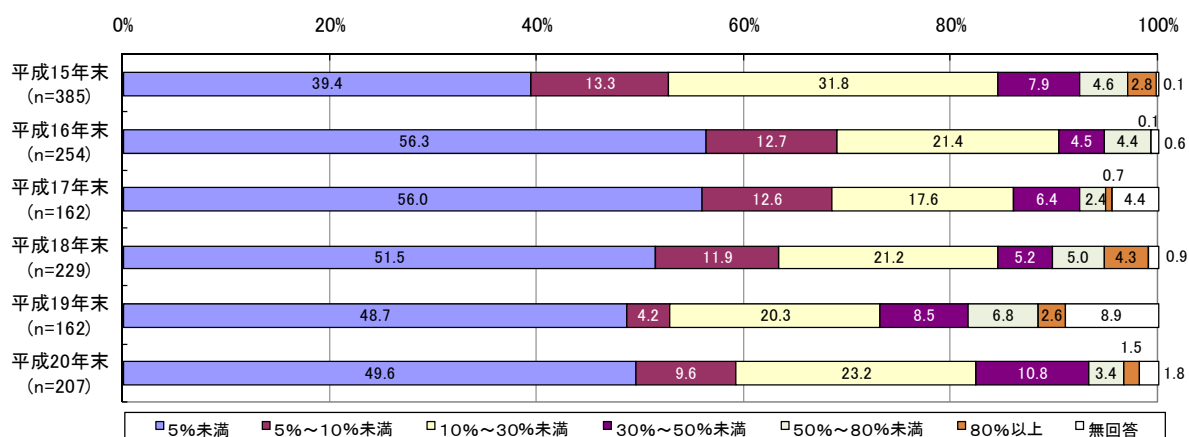


2 テレワークを利用している従業員の割合

テレワークを導入している企業（全体の 15.7%）に対して、実際にテレワークを利用している従業員の割合を尋ねた。

テレワークを利用している従業員の割合は、「5%未満」の企業が最も多く、およそ半数にあたる 49.6%を占める。次いで「10%～30%未満」の企業が 23.2%、「30%～50%未満」が 10.8%となっている（図表 3-4参照）。

図表 3-4 テレワークを利用している従業員の割合



3 テレワークの導入目的

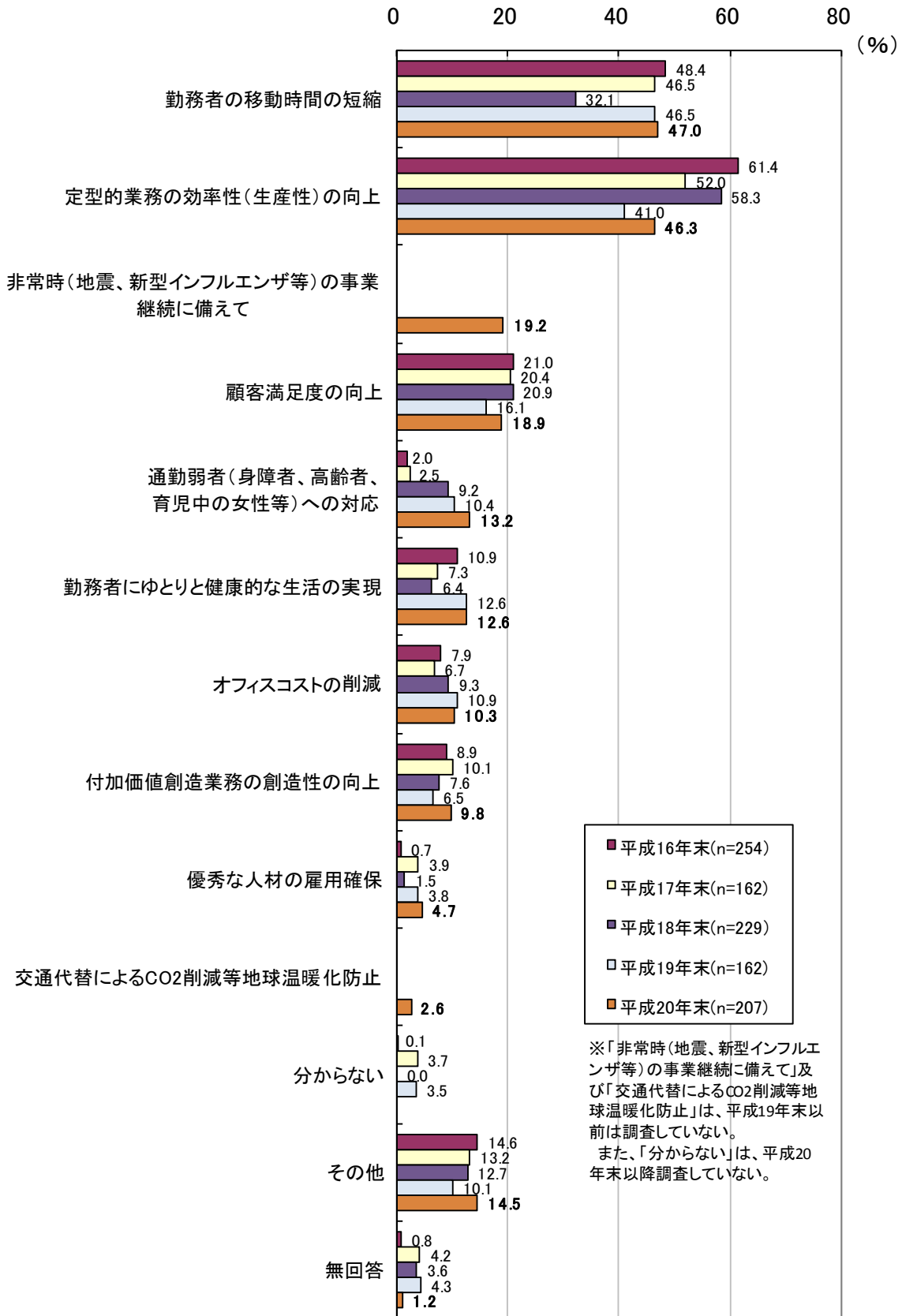
テレワークを導入している企業について、その導入目的を尋ねた。

最も多いのは「勤務者の移動時間の短縮」（47.0%）、次いで「定型的業務の効率性（生産性）の向上」（46.3%）となった。

このほか、「顧客満足度の向上」（18.9%）、「通勤弱者（身障者、高齢者、育児中の女性等）への対応」（13.2%）、「勤務者にゆとりと健康的な生活の実現」（12.6%）、「オフィスコストの削減」（10.3%）なども比較的割合が高く、効率性向上だけではなく、従業員の厚生も目的の一つとなっていることがうかがえる。

また、今回から選択肢に加わった「非常時（地震、新型インフルエンザ等）の事業継続に備えて」の割合も高く、19.2%となった（図表 3-5参照）。

図表 3-5 テレワークの導入目的



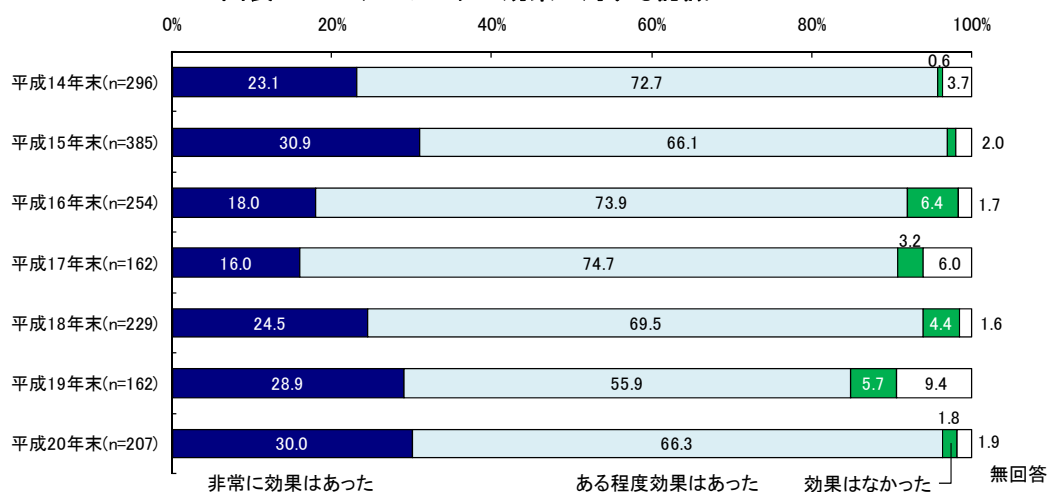
■ 平成16年末(n=254)
 □ 平成17年末(n=162)
 ■ 平成18年末(n=229)
 □ 平成19年末(n=162)
 ■ 平成20年末(n=207)

※「非常時(地震、新型インフルエンザ等)の事業継続に備えて」及び「交通代替によるCO2削減等地球温暖化防止」は、平成19年末以前は調査していない。
 また、「分からない」は、平成20年末以降調査していない。

4 テレワークの効果

テレワークを導入している企業（全体の 15.7%）に、その導入目的に対する効果の有無を尋ねたところ、「非常に効果はあった」が 30.0%、「ある程度効果はあった」が 66.3%であった。両者を合計すると効果ありと認識する企業が全体の 96.3%を占め、昨年末の 84.8%に比べて 11.5 ポイントの増加となり、テレワークを導入している企業の大多数が、その効果を認めている（図表 3-6 参照）。

図表 3-6 テレワークの効果に対する認識

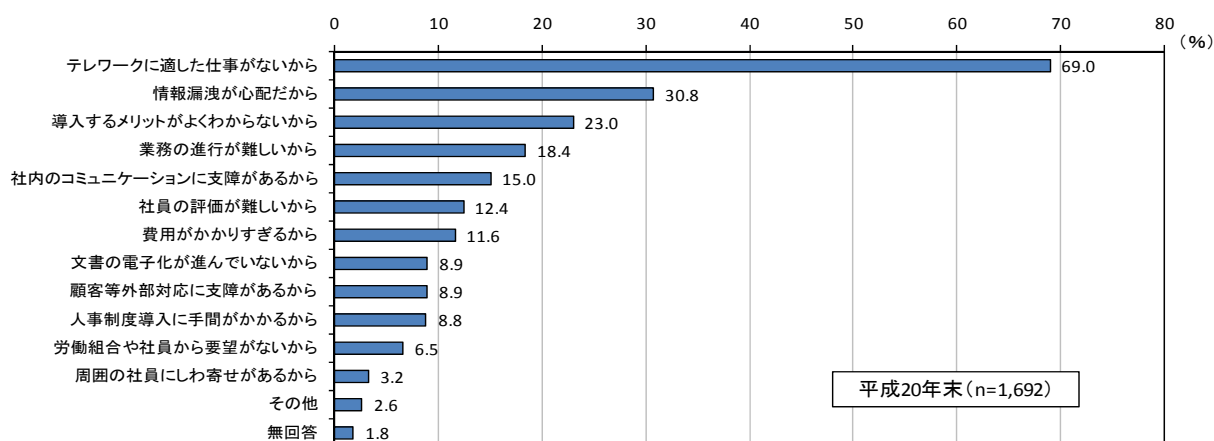


5 テレワークを導入しない理由

テレワークを導入していない、具体的な導入予定もない企業（全体の 77.2%）に対して、その理由を尋ねた。

最も多いのは「テレワークに適した仕事がないから」で 69.0%と突出して高い。このほか、「情報漏洩が心配だから」(30.8%)、「導入するメリットがよくわからないから」(23.0%)なども挙がっている（図表 3-7 参照）

図表 3-7 テレワークを導入しない理由



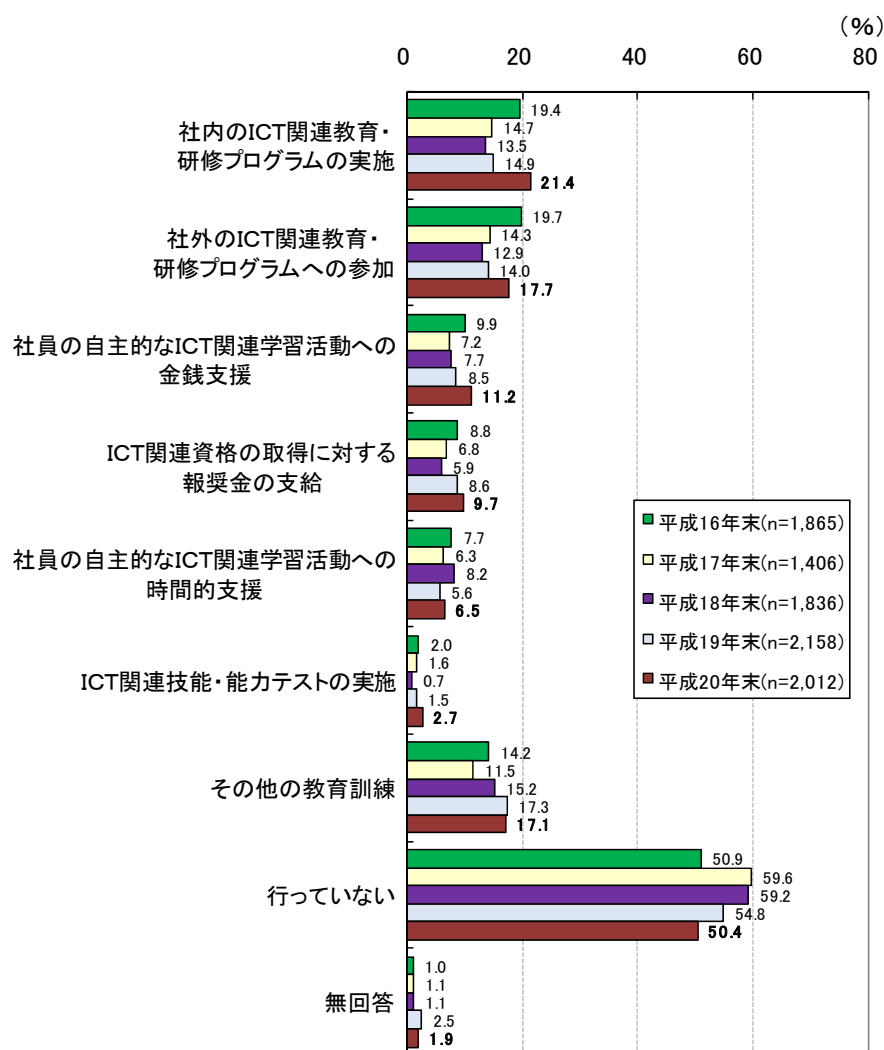
第4章 ICT教育

すべての企業に対して、従業員のために行っている ICT⁶教育について尋ねた。

何らかの ICT 教育を実施している企業（全体から「行っていない」及び無回答を除いた割合）は、平成 17 年以降増加し、平成 20 年末には昨年比 5.0 ポイント増の 47.7%となっている。

内容をみると、最も多いのは「社内の ICT 関連教育・研修プログラムへの参加」で 21.4%である。次いで「社外の ICT 関連教育・研修プログラムへの参加」（17.7%）、「社員の自主的な ICT 関連学習活動への金銭支援」（11.2%）、「ICT 関連資格の取得に対する報奨金の支給」（9.7%）が続く（図表 4-1 参照）。

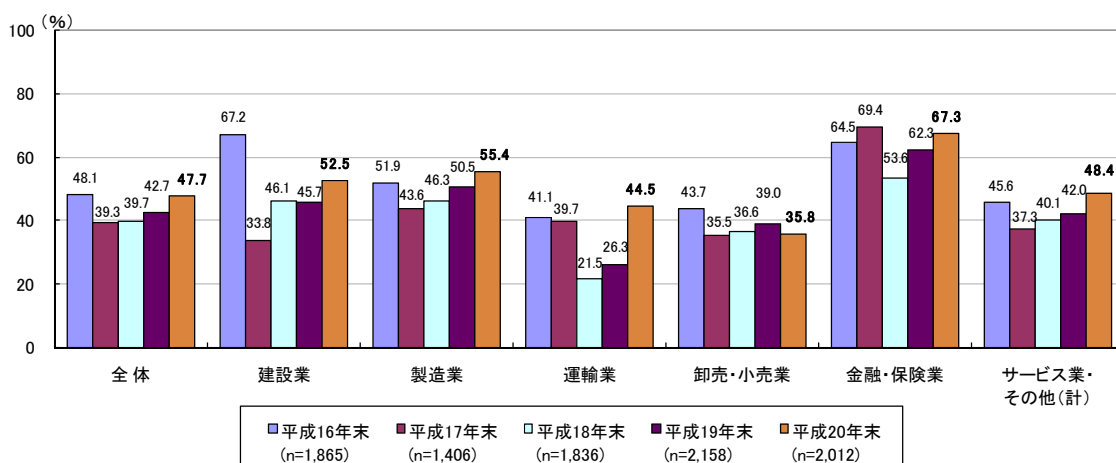
図表 4-1 ICT 教育の状況



⁶ 「ICT」とは、「Information & Communications Technology」（情報通信技術）の略であり、「IT」と同義。

産業別では、「卸売・小売業」以外の産業で、昨年末より ICT 教育実施率の割合が増加し、「金融・保険業」(67.3%)、「製造業」(55.4%) などとなっている(図表 4-2 参照)。

図表 4-2 産業別ICT教育実施率



第5章 情報通信ネットワークの安全対策

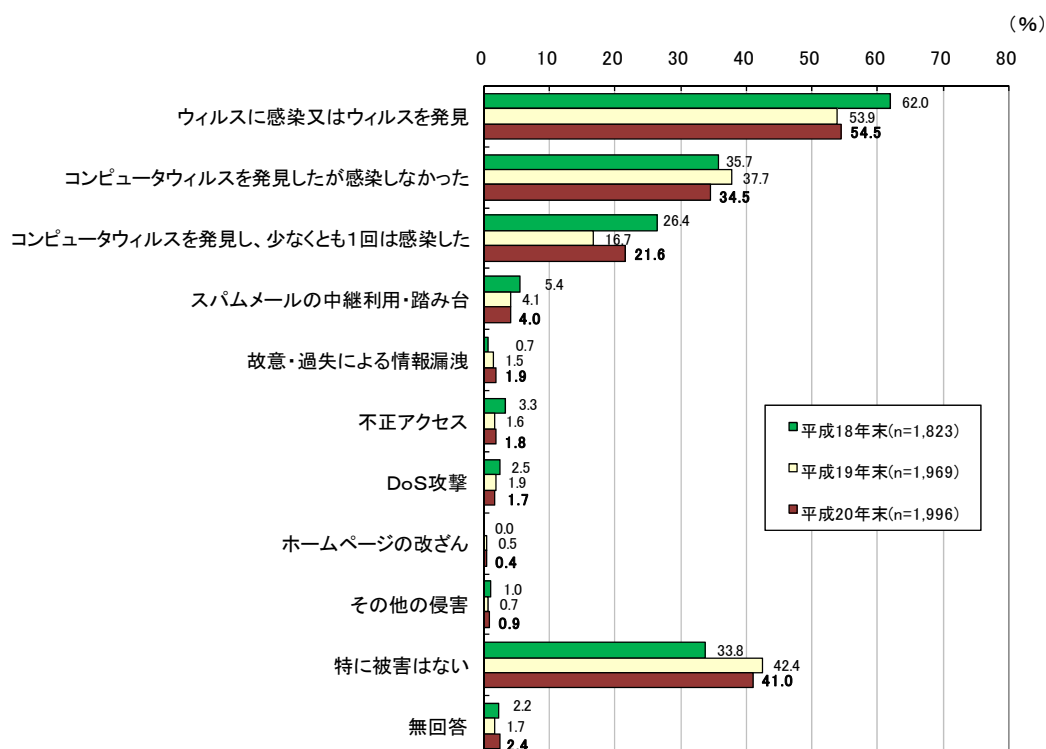
1 情報通信ネットワーク利用で受けた被害

(1) 被害状況

情報通信ネットワークを利用している企業に対して、過去1年間の情報通信ネットワークの利用で受けた被害状況について尋ねた。コンピュータウイルスへの感染や不正アクセス、スパムメールの中継利用など何らかの被害を経験（全体から「特に被害なし」及び「無回答」を除いた割合）した企業は、全体の56.6%と前年より0.7ポイント増加した。

被害のなかでは「ウイルスに感染又はウイルスを発見」が特に多く、平成20年末には56.6%である。「コンピュータウイルスを発見したが感染しなかった」は34.5%、「コンピュータウイルスを発見し、少なくとも1回は感染した」は21.6%であり、全体的にはコンピュータウイルスによる被害が多い。そのほか、「スパムメールの中継利用・踏み台」(4.0%)、「DoS攻撃」(1.7%)などもみられる（図表5-1参照⁷⁾。

図表 5-1 過去1年間に情報ネットワーク利用で受けた被害

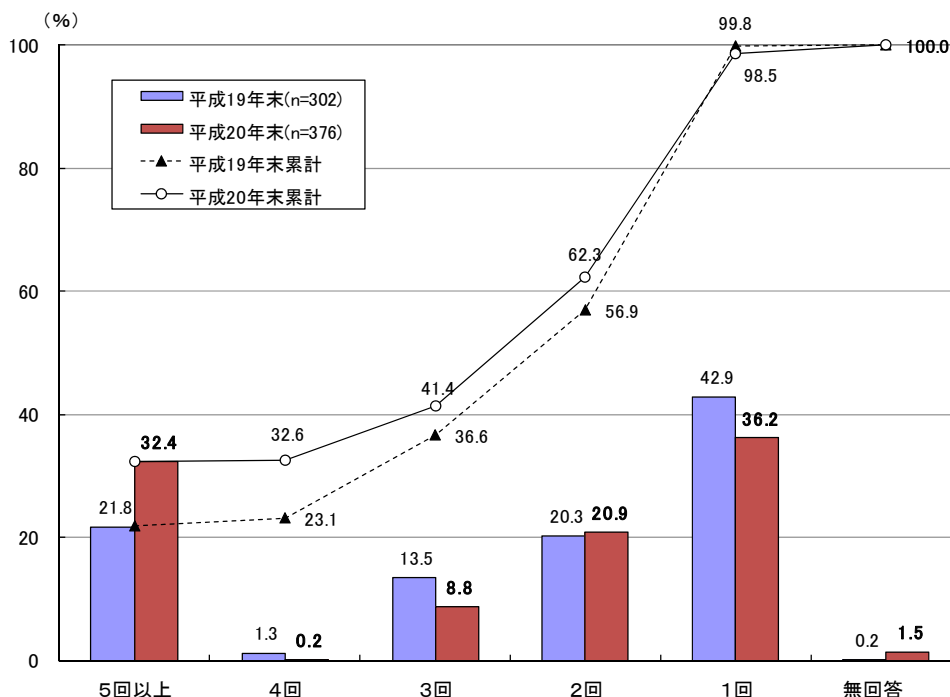


⁷⁾ 平成17年度調査の選択肢からは前年までの「Web上（BBS等）での誹謗中傷等」が無くなり、「その他の被害」に含まれている。

(2) コンピュータウィルスの感染回数

コンピュータウィルスに感染した企業に対して感染頻度を尋ねたところ、「1回」が最も多く36.2%であったが、「5回以上」が昨年末に比べ10.5ポイント増加して32.4%と感染頻度が増加している（図表 5-2参照）。

図表 5-2 過去1年間のコンピュータウィルスの感染回数



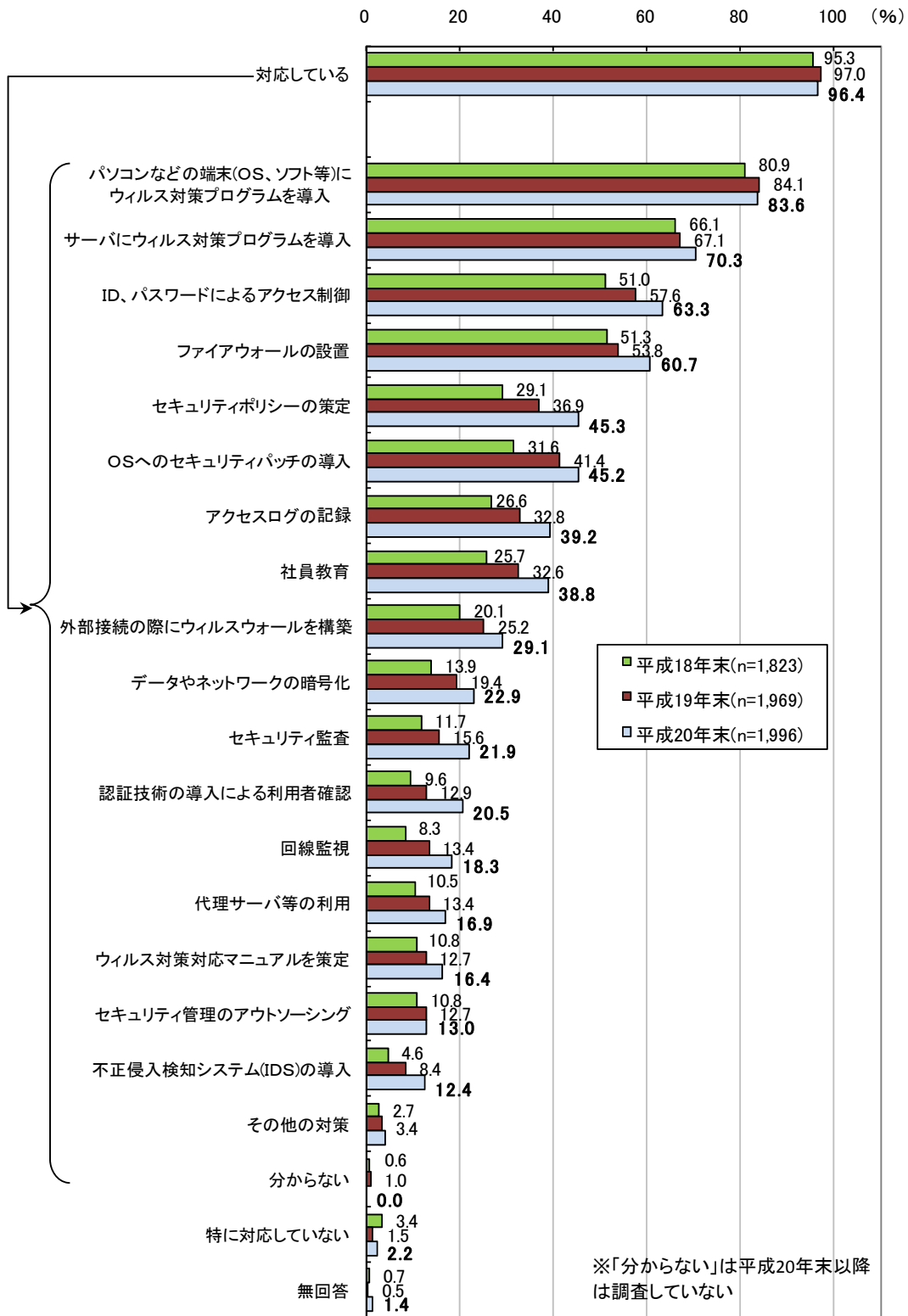
2 データセキュリティへの対応

情報通信ネットワークを利用している企業にデータセキュリティへの対応について尋ねた。何らかの「対応している」企業は96.4%であり、データセキュリティへの対応が進んでいる様子がうかがえる。

具体的な対応は、「パソコンなどの端末（OS、ソフト等）にウィルス対策プログラムを導入」（83.6%）、「サーバにウィルス対策プログラムを導入」（70.3%）、「ID、パスワードによるアクセス制御」（63.3%）、「ファイアウォールの設置」（60.7%）の順で実施割合が高い（図表 5-3参照）。

産業別にみると、対策の実施率は、「金融・保険業」が100.0%であった。また、「金融・保険業」では上位5位に挙げられている対応のいずれも、80%を超える割合となっており、他の産業に比べてデータセキュリティへの意識が高いことがうかがえる（図表 5-4参照）。

図表 5-3 データセキュリティへの対応状況



図表 5-4 産業別データセキュリティへの対応状況

単位: %

	n	1位	2位	3位	4位	5位	対策実施率
【全体】	1,996	パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入 83.6	サーバにウイルス対策プログラムを導入 70.3	ID、パスワードによるアクセス制御 63.3	ファイアウォールの設置 60.7	セキュリティポリシーの策定 45.3	96.4
産業	建設業	256 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 87.6	サーバにウイルス対策プログラムを導入 78.0	ファイアウォールの設置 68.2	ID、パスワードによるアクセス制御 65.6	OSへのセキュリティパッチの導入 49.6	97.8
	製造業	414 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 85.4	サーバにウイルス対策プログラムを導入 77.3	ファイアウォールの設置 67.1	ID、パスワードによるアクセス制御 66.6	OSへのセキュリティパッチの導入 50.8	97.9
	運輸業	270 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 75.0	サーバにウイルス対策プログラムを導入 58.4	ファイアウォールの設置 54.0	ID、パスワードによるアクセス制御 48.4	セキュリティポリシーの策定 37.0	89.2
	卸売・小売業	339 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 82.3	サーバにウイルス対策プログラムを導入 68.6	ID、パスワードによるアクセス制御 61.1	ファイアウォールの設置 51.6	OSへのセキュリティパッチの導入 37.9	96.7
	金融・保険業	187 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 92.9	ID、パスワードによるアクセス制御 88.7	セキュリティポリシーの策定 82.3	サーバにウイルス対策プログラムを導入 81.7	ファイアウォールの設置 81.3	100.0
	サービス業・その他(計)	530 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 84.6	サーバにウイルス対策プログラムを導入 67.1	ID、パスワードによるアクセス制御 65.1	ファイアウォールの設置 61.3	セキュリティポリシーの策定 50.2	96.8

3 個人情報保護対策の実施

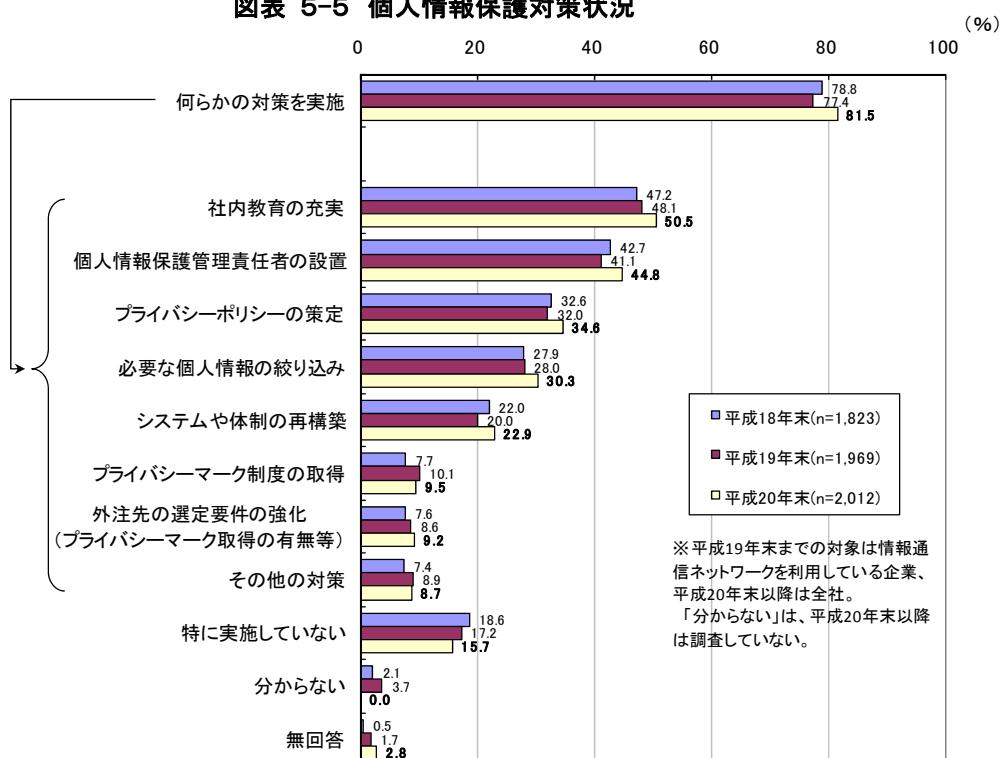
すべての企業に対し、個人情報保護対策の状況を尋ねたところ、何らかの対策を実施している企業は昨年比 4.1 ポイント増の 81.5% となり、はじめて 8 割を超えた。

具体的内容としては、「社内教育の充実」を挙げる企業が最も多く、半数にあたる 50.5% が実施している。続いて、「個人情報保護管理責任者の設置」(44.8%)、「プライバシーポリシーの策定」(34.6%)、「必要な個人情報の絞り込み」(30.3%)、「システムや体制の再構築」(22.9%) などとなっている。また、「プライバシーマーク制度の取得」が 9.5%、「外注先の選定要件の強化(プライバシーマーク取得の有無等)」が 9.2% となっている。企業内外にわたって具体的対策を行う企業が増加しており、個人情報保護対策が次第に浸透しつつあることを示している。(図表 5-5 参照)。

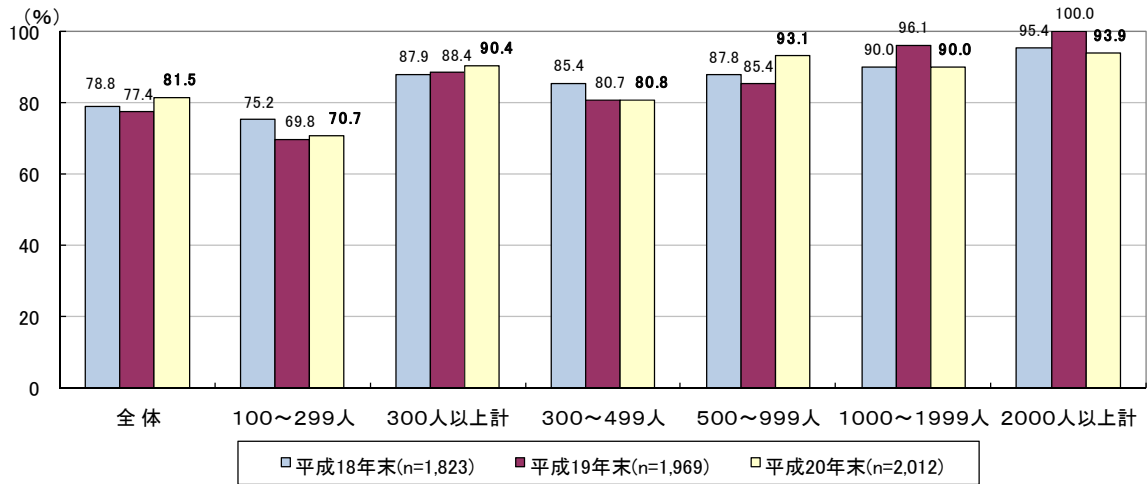
従業員規模別では、総じて大企業ほど実施率が高く、従業員 1000 人以上の企業では 9 割を超えている(図表 5-6 参照)。一方で、「100~299 人」規模の企業では 7 割前後の実施率であり、大企業との差異が見られる。

産業別の対策実施率は「金融・保険業」が 98.1% と突出して高く、次いで「サービス業・その他(計)」(83.5%)、「卸売・小売業」(81.9%) も「全体」を上回る割合である。また、特に重要な顧客・個人情報を扱うことの多い「金融・保険業」では、「個人情報保護管理責任者の設置」や「社内教育の充実」が 80% を超え、「プライバシーポリシーの策定」「必要な個人情報の絞り込み」も 50%~60% の企業で実施されるなど、他産業に比べ重層的な個人情報保護対策を実施している(図表 5-7 参照)。

図表 5-5 個人情報保護対策状況



図表 5-6 従業者規模別個人情報保護対策の実施率



図表 5-7 産業別個人情報保護対策状況(平成20年末)

単位: %

	n	1位	2位	3位	4位	5位	対策実施率	
【全体】	2,012	社内教育の充実 50.5	個人情報保護管理責任者の設置 44.8	プライバシーポリシーの策定 34.6	必要な個人情報の絞り込み 30.3	システムや体制の再構築 22.9	81.5	
産業	建設業	258	社内教育の充実 47.5	個人情報保護管理責任者の設置 41.5	プライバシーポリシーの策定 30.3	必要な個人情報の絞り込み 25.3	システムや体制の再構築 19.2	79.0
	製造業	415	社内教育の充実 47.9	個人情報保護管理責任者の設置 39.1	必要な個人情報の絞り込み 36.2	プライバシーポリシーの策定 29.2	システムや体制の再構築 20.1	79.5
	運輸業	275	社内教育の充実 45.3	個人情報保護管理責任者の設置 39.0	プライバシーポリシーの策定 27.0	必要な個人情報の絞り込み 21.2	特に実施していない 19.8	78.6
	卸売・小売業	341	個人情報保護管理責任者の設置 45.8	社内教育の充実 42.5	プライバシーポリシーの策定 31.0	必要な個人情報の絞り込み 25.8	システムや体制の再構築 19.4	81.9
	金融・保険業	187	個人情報保護管理責任者の設置 86.7	社内教育の充実 81.6	プライバシーポリシーの策定 60.6	必要な個人情報の絞り込み 57.8	システムや体制の再構築 50.1	98.1
	サービス業・その他(計)	536	社内教育の充実 59.4	個人情報保護管理責任者の設置 49.8	プライバシーポリシーの策定 43.9	必要な個人情報の絞り込み 30.5	システムや体制の再構築 29.4	83.5

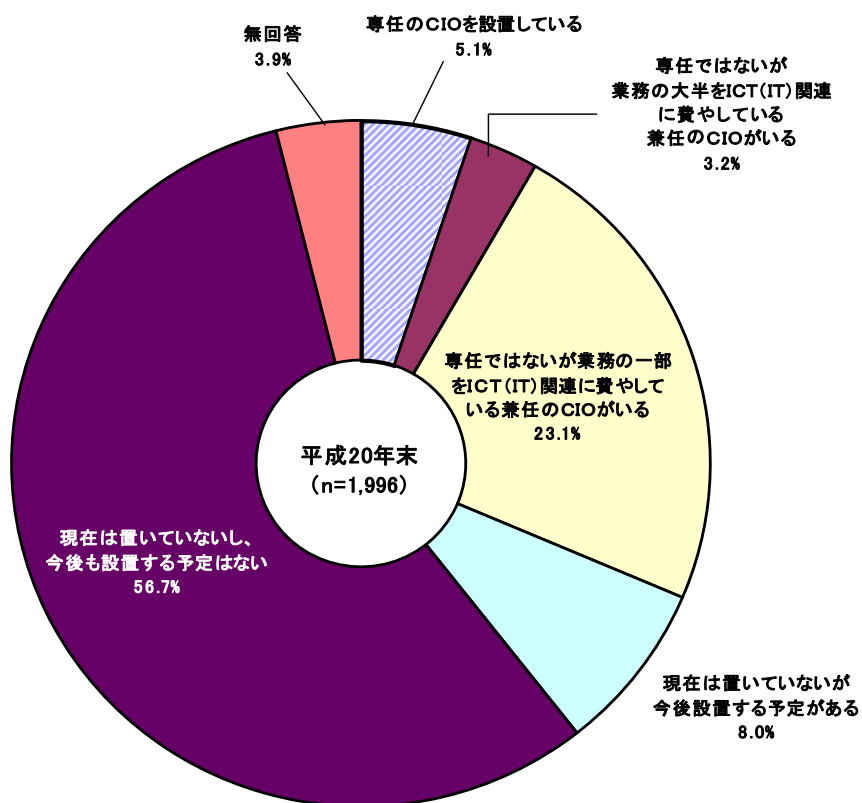
4 CIOの設置状況

情報通信ネットワークを利用している企業に対し、CIO⁸設置状況について尋ねた。

CIOを設置する企業は全体の31.4%であった。このうち、「専任のCIOを設置している」割合は5.1%で、昨年末の2.9%より2.2ポイント増加した。「専任ではないが業務の大半をICT関連に費やしている兼任のCIOがいる」は3.2%、「専任ではないが業務の一部をICT関連に費やしている兼任のCIOがいる」は23.1%となっており、兼任でCIOを務めている人が、依然として多い。また、「現在は置いていないが今後設置する予定がある」も、昨年末（8.0%）と同水準の8.4%であった（図表 5-8参照）。

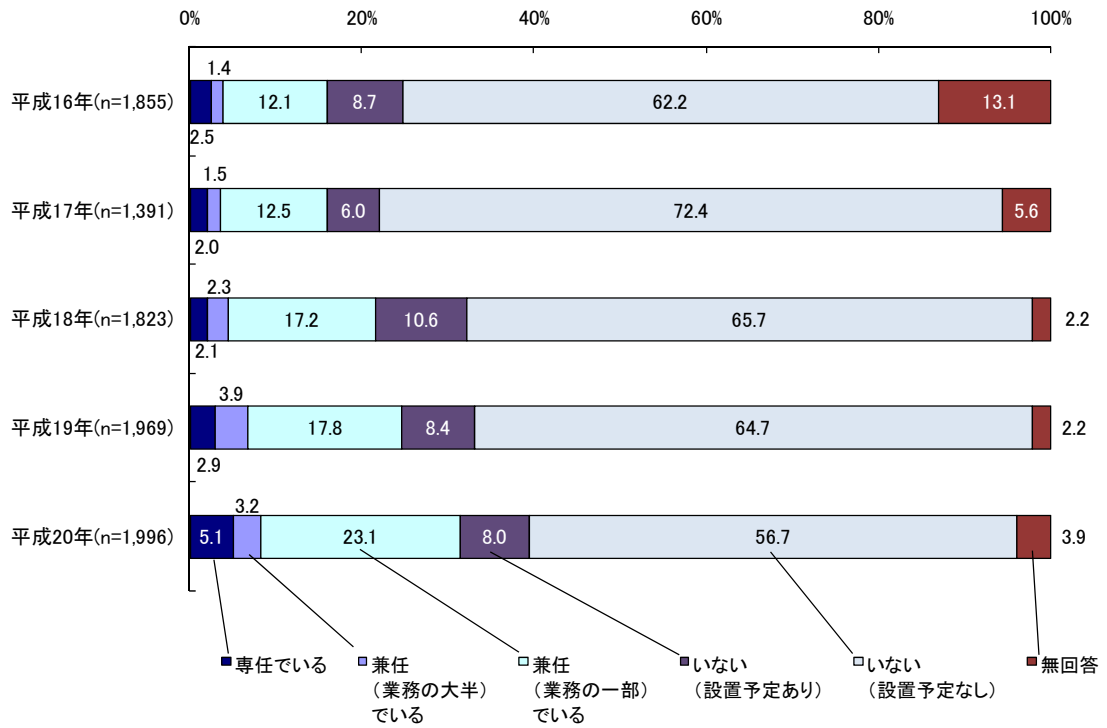
これを過去の結果と比較すると、専任・兼任いずれでもCIOの設置率は連続して増加しており、CIOの設置が進みつつある様子がうかがえる（図表 5-9参照）。

図表 5-8 CIOの設置状況



⁸ CIO : Chief Information Officer (最高情報責任者)

図表 5-9 CIO の設置率の変化



秘 総務省 (平成20年) 通信利用動向調査 調査票 <企業用>

◎ この調査は、統計報告調整法に基づく承認を得て実施するものです。
この調査票は統計作成以外の目的に使用されることはありませんので、ありのままをご記入ください。

(あて名ラベル貼付位置)	この調査票を作成していた いただいた方の所属部署名	
	この調査票を作成していた いただいた方のお名前	
	ご連絡先の電話番号	

(記入に当たっては、次の点にご注意ください。)

- 1 特に記載した場合を除き、平成20年12月31日現在でご記入願います。
- 2 調査票の提出先 〒100-8926 東京都千代田区霞が関2-1-2 中央合同庁舎第2号館
総務省 情報通信国際戦略局 情報通信政策課 情報通信経済室
- 3 調査内容等の照会先
電話:
- 4 この調査は、総務省が上記調査機関に委託して実施するものです。

問1 貴社における通信網やインターネット等の構築・利用状況についてお尋ねします。

(1) 貴社ではコンピュータを利用した通信網を構築していますか。該当する番号にそれぞれ1つ〇印を付けてください。

企業通信網	構築状況や今後の構築予定
① 企業内通信網*1	1. 全社的に構築している 2. 一部の事業所又は部門で構築している 3. 構築していないが、今後構築する予定がある 4. 構築していないし、今後構築する予定もない
② 企業間通信網*2	1. 全社的に構築している 2. 一部の事業所又は部門で構築している 3. 構築していないが、今後構築する予定がある 4. 構築していないし、今後構築する予定もない

*1: 同一構内における通信網や、同一企業内の本社・支社間及び事業所間の通信網のことを指します。

*2: 他企業との通信網を指します。

(2) (1)で「構築している」(1または2)と回答した企業にお尋ねします。主にどのような通信サービスを利用していますか。

該当する番号に1つだけ〇印を付けてください。

1. 広域イーサネット*1	4. 専用線*4	7. 電話回線(ダイヤルアップ)
2. IP-VPN*2	5. フレームリレー*5	8. その他
3. インターネットVPN*3	6. セルリレー*6	9. 分からない

*1 LAN規格であるイーサネットで使用されているスイッチングハブを組み合わせで構築した広域ネットワーク・サービス。

*2 VPNはVirtual Private Networkの略。電気通信事業者の閉域IP網を経由して構築されたセキュリティの高い仮想専用網サービス。

*3 公衆網であるインターネットを経由して構築された仮想専用網サービス。

*4 特定区間をダイレクトで結び、専有して利用する通信サービス。

*5 伝送するデータを可変長の「フレーム」という単位に分割して送受信する通信サービス。

*6 伝送するデータを固定長の「セル」という単位に分割して送受信する通信サービス。

- (3) パソコン、携帯電話や携帯情報端末(PDA)を利用して、**貴社外から企業内通信網や企業間通信網に接続**できますか。
該当する番号にそれぞれ1つ〇印を付けてください。

使用機器	接続状況や今後の接続予定
① パソコン	1. 接続できる 2. 接続できないが、今後接続する予定がある 3. 接続できないし、今後接続する予定もない
② 携帯電話・PHS、 携帯情報端末(PDA)	1. 接続できる 2. 接続できないが、今後接続する予定がある 3. 接続できないし、今後接続する予定もない

- (4) 貴社では、**インターネット(ホームページの閲覧、メール送受信など)**を利用していますか。
該当する番号1つに〇印を付けてください。

1. 全社的に利用している	3. 利用していないが、今後利用する予定がある
2. 一部の事業所又は部門で利用している	4. 利用していないし、今後利用する予定もない

- (5) (4)で「1. 全社的に利用している」及び「2. 一部の事業所又は部門で利用している」と回答した企業にお尋ねします。
 貴社では、**インターネットにどのような形態で接続**していますか。
該当する番号すべてに〇印を付けてください。

1. 電話回線(ダイヤルアップ)	5. 光回線(FTTH回線)	9. 衛星回線
2. ISDN回線(非常時接続)*	6. 固定無線回線(FWA)	10. その他
3. ISDN回線(常時接続)*	7. DSL回線	
4. ケーブルテレビ回線(CATV回線)	8. 専用線	

* 光回線によるISDNは、「5. 光回線(FTTH回線)」に含めてください。

- (6) 企業内通信網や企業間通信網又は**インターネットに接続している端末を、概ね何人に1台の割合で、あるいは従業者数に**
対してどのくらいの割合で配備していますか。該当する番号1つに〇印を付けてください。

1. 1人に1台以上(100%以上)	3. 3人に1台(30~49%)	5. 5人以上に1台(25%未満)
2. 2人に1台(50~99%)	4. 4人に1台(25~29%)	6. 配備していない(0%)

- (7) 貴社では、**ホームページ、ビジネスブログ及びSNSを開設**していますか。それぞれ**該当する番号に〇印を付けてください。**

ホームページを開設して	ビジネスブログを開設して	SNSを開設して
1. いる 2. いない	1. いる 2. いない	1. いる 2. いない

- (8) (7)でホームページやビジネスブログ・SNSを開設していると回答した企業にお尋ねします。開設の目的や用途は何ですか。
該当する番号すべてに〇印を付けてください。

1. 商品や催物の紹介、宣伝	4. 会社案内、人材募集	7. 電子公告、決算公告
2. 定期的な情報の提供	5. 申込や届出の受付	8. 消費者の評価・意見の収集
3. 請求や利用明細の通知	6. アンケート調査	9. その他

- (9) 貴社では、**マーケティングのために消費者が開設しているブログやSNSなどを利用(閲覧・分析)**していますか。
該当する番号1つに〇印を付けてください。

1. よく利用している	3. あまり利用しない
2. たまに利用している	4. 利用していない

(10) 貴社では、ASP(Application Service Provider)が提供するSaaS(Software as a Service)を利用していますか。また、効果はありましたか。利用していない場合、今後利用する予定ですか。該当する番号1つに○印を付けてください。

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| 1. 利用しており、非常に効果があった | 5. 利用しているが、効果はよく分からない |
| 2. 利用しており、ある程度効果があった | 6. 利用していないが、今後利用する予定 |
| 3. 利用しているが、あまり効果がなかった | 7. 利用していないし、今後も利用する予定はない |
| 4. 利用しているが、マイナスの効果であった | 8. SaaSについてよく分からない |

上記(10)で、「7. 利用していないし今後も利用する予定はない」と回答した企業にお尋ねします。SaaSを利用しない理由は何ですか。該当するすべての番号に○印を付けてください。

- | | |
|---------------------------------|------------------------|
| 1. SaaSの導入に伴う既存システムの改修コストが大きい | 5. ネットワークの安定性に対する不安がある |
| 2. SaaSの導入によって自社コンプライアンスに支障をきたす | 6. セキュリティに不安がある |
| 3. 通信費用がかさむ | 7. その他 |
| 4. ニーズに応じたアプリケーションのカスタマイズができない | |

(11) 貴社では、インターネット上の3D仮想空間(「Second Life」や「splume」など)で支店開設、販売促進活動、PR、イベント開催などの企業活動を実施していますか、または実施したことがありますか。該当する番号1つに○印を付けてください。

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| 1. 実施している、または実施したことがある | 3. 実施したことはないし、今後も実施する予定はない |
| 2. 実施したことはないが、今後実施する予定がある | 4. 実施したことはないが、今後実施するかどうかは未定 |

(12) 情報通信ネットワーク(企業内通信網や企業間通信網又はインターネット等)を利用する上で問題と思われる点は何ですか。また、情報通信ネットワークを利用していない企業については、利用を妨げる問題点は何ですか。該当する番号すべてに○印を付けてください。

- | | | |
|-------------------|------------------|---------------------|
| 1. セキュリティ対策の確立が困難 | 6. ウィルス感染に不安 | 11. 従業員のセキュリティ意識が低い |
| 2. 運用・管理の費用が増大 | 7. 導入成果を得ることが困難 | 12. 通信料金が高い |
| 3. 運用・管理の人材が不足 | 8. 導入成果の定量的把握が困難 | 13. 通信速度が遅い |
| 4. 障害時の復旧作業が困難 | 9. 認証技術の信頼性に不安 | 14. その他 |
| 5. 著作権等知的財産の保護に不安 | 10. 電子的決済の信頼性に不安 | 15. 特に問題点なし |

(13) 貴社では以下の電子タグ、非接触型ICカード等のいわゆる「ユビキタス関連ツール」を利用したシステムやサービスを導入していますか。該当する番号にそれぞれ1つ○印を付けてください。

ユビキタス関連ツール	導入状況や今後の導入予定
① 電子タグ(RFIDタグ) 例：物の特定による生産管理や在庫管理、物流管理など	1. 全社的に導入している 2. 一部の事業所又は部門で導入している 3. 導入していないが、今後導入する予定がある 4. 導入していないし、今後導入する予定もない
② 非接触型ICカード 例：人の認証による入退室管理、キャッシュレス決済など	1. 全社的に導入している 2. 一部の事業所又は部門で導入している 3. 導入していないが、今後導入する予定がある 4. 導入していないし、今後導入する予定もない
③ 新たにネットワーク機能が加わった機器*(ネットワークカメラ、センサー等) 例：ネットワークカメラや人感センサーを利用した防犯など	1. 全社的に導入している 2. 一部の事業所又は部門で導入している 3. 導入していないが、今後導入する予定がある 4. 導入していないし、今後導入する予定もない
④ GPS、携帯電話などの位置確認機能 例：車両の位置情報に基づく運行管理など	1. 全社的に導入している 2. 一部の事業所又は部門で導入している 3. 導入していないが、今後導入する予定がある 4. 導入していないし、今後導入する予定もない

問2 すべての企業に電子商取引についてお尋ねします。

(1) 貴社では、**インターネット***を利用した調達や販売を行っていますか。**該当する番号すべてに○印を付けてください。**

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1. 企業からインターネットを利用した調達を行っている | 3. 一般消費者へインターネットを利用した販売を行っている |
| 2. 企業へインターネットを利用した販売を行っている | 4. どれも行っていない |

* ここでは、公衆網のインターネットを用いた調達だけではなく、TCP/IP(インターネットで用いられている通信プロトコル)を用いた調達(TCP/IPの専用線など)が含まれます。

(2) (1)で「2」または「3」に回答した企業にお尋ねします。貴社では、**平成19年度の1年間で企業及び一般消費者からインターネットにより注文を受け付けた販売額の、その商品の販売額全体に対する割合は、およそどのくらいでしたか。数字で記入してください。**

およそ	%
-----	---

(3) (1)で「2」または「3」に回答した企業にお尋ねします。**インターネット販売を行う理由は何ですか。該当するすべての番号に○印を付けてください。**

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| 1. 店舗が必要なく効率的 | 6. 個々の消費者の属性を的確に把握できる |
| 2. 広範囲に新規顧客を獲得できる | 7. 効果的な広告を打てる |
| 3. 取引に関わる間接業務を効率化できる | 8. 売れ筋でない商品であっても取り扱える |
| 4. 中間流通コストを削減できる | 9. その他 |
| 5. 在庫の削減ができる | |

(4) **すべての企業にお尋ねします。**

電子商取引を利用する上で、問題と思われる点は何ですか。また、電子商取引を利用していない企業については、利用を妨げる問題点は何ですか。該当するすべての番号に○印を付けてください。

- | | |
|----------------------------|-----------------|
| 1. システムの構築に専門知識を要する | 9. 従来の取引慣行に合わない |
| 2. 通信プロトコル等が業界によって異なる | 10. 通信速度が遅い |
| 3. 伝票やデータフォーマット等が業界によって異なる | 11. 通信料金が低い |
| 4. セキュリティ対策が十分でない | 12. 適切な決済方法がない |
| 5. 設備投資の費用負担が大きい | 13. 必要がない |
| 6. 情報システムのランニングコストが高い | 14. その他 |
| 7. 電子商取引に関する法律、原則が整っていない | 15. 特に問題点はない |
| 8. 取引相手の電子化が不十分 | 16. 分からない |

(5) **すべての企業にお尋ねします。**

貴社では、**インターネットを利用した広告**を行っていますか。**行っている広告の種類全ての番号に○印を付けてください。**行っていない場合は「10. 行っていない」に○印を付けてください。

- | | | |
|--------------------------|-----------------------|----------------|
| (Web広告) | | |
| 1. テキスト広告※1 | 2. バナー広告※2 | 3. リッチメディア広告※3 |
| 4. スポンサーシップ広告(編集タイアップなど) | 5. 検索連動型 | 6. コンテンツ連動型 |
| (メール広告) | | |
| 7. メールマガジン | 8. DM広告(ターゲティングメールなど) | |
| (その他) | | |
| 9. その他のインターネット広告 | 10. 行っていない | |

※1 文字のみで構成されているもの

※2 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 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

(6) **インターネットを利用した広告を行っている企業にお尋ねします。**

インターネットを利用した広告を行なう理由は何ですか。**当てはまる番号全てに○印を付けてください。**

- | | |
|----------------|-------------------------|
| 1. 広告効果を把握しやすい | 3. 個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能 |
| 2. 広告費が安い | 4. 広範囲に情報発信できる |

問3 すべての企業にテレワークについてお尋ねします。

貴社では、**テレワーク***を導入されていますか。**該当する番号1つに○印**を付けてください。

1. 導入している (下の①～③にもお答えください)	2. 導入していないが、具体的に導入予定がある
3. 導入していないし、具体的な導入予定もない (下の④にもお答えください)	

* テレワークとは、貴社建物から離れたところに居ながら、通信ネットワークを活用することにより、あたかも貴社建物内で勤務しているような作業環境にある勤務形態のことです。具体的には、社員の作業場所により、**在宅勤務**、**モバイルワーク**（営業活動などで外出中に携帯情報端末で作業する場合）や**サテライトオフィス**（貴社のオフィス以外のオフィスで作業する場合）と呼ばれるものです。

上記で「1. 導入している」に回答した企業にお尋ねします。

① **どのくらいの割合の従業員がテレワークを利用していますか。該当する番号1つに○印**を付けてください。

1. 5%未満	3. 10%～30%未満	5. 50%～80%未満
2. 5%～10%未満	4. 30%～50%未満	6. 80%以上

② 貴社において、**テレワーク導入目的**は次のどれですか。**該当する番号すべてに○印**を付けてください。

1. 定型的業務の効率性(生産性)の向上	7. 優秀な人材の雇用確保
2. 付加価値創造業務の創造性の向上	8. 通勤弱者(身障者、高齢者、育児中の女性等)への対応
3. 勤務者にゆとりと健康的な生活の実現	9. 交通代替によるCO2削減等地球温暖化防止
4. オフィスコストの削減	10. 非常時(地震、新型インフルエンザ等)の事業継続に備えて
5. 勤務者の移動時間の短縮	11. その他
6. 顧客満足度の向上	

③ ②で回答したテレワーク導入目的に対して、全般的に**効果**はありましたか。

該当する番号1つに○印を付けてください。

1. 非常に効果はあった	2. ある程度効果はあった	3. 効果はなかった
--------------	---------------	------------

④ テレワーク導入について「3. 導入していないし、具体的な導入予定もない」に回答した企業にお尋ねします。導入しない理由として、**該当する番号すべてに○印**を付けてください。「13. その他」に○印を付ける場合は、()内に具体的な内容を記入してください。

1. テレワークに適した仕事がないから	8. 情報漏洩が心配だから
2. 業務の進行が難しいから	9. 顧客等外部対応に支障があるから
3. 導入するメリットがよくわからないから	10. 費用がかかりすぎるから
4. 社員の評価が難しいから	11. 人事制度導入に手間がかかるから
5. 社内のコミュニケーションに支障があるから	12. 文書の電子化が進んでいないから
6. 周囲の社員にしわ寄せがあるから	13. その他
7. 労働組合や社員から要望がないから	()

問4 すべての企業に従業員のICT(IT)*教育のために行っていることについてお尋ねします。

* 「ICT」とは、「Information & Communications Technology」(情報通信技術)の略であり、「IT」と同義。

貴社で行っているものは次のどれですか。

該当する番号すべてに○印を付けてください。

1. 社内のICT(IT)関連教育・研修プログラムの実施	5. 社員の自主的なICT(IT)関連学習活動への時間的支援
2. 社外のICT(IT)関連教育・研修プログラムへの参加	6. ICT(IT)関連技能・能力テストの実施
3. 社員の自主的なICT(IT)関連学習活動への金銭支援	7. その他の教育訓練
4. ICT(IT)関連資格の取得に対する報奨金の支給	8. 行っていない

問5 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等)を利用している企業に安全対策についてお尋ねします。

(1) 過去1年間において、情報通信ネットワークの利用の際に1～8に該当する**セキュリティ侵害事案は発生しましたか。該当する番号すべてに○印を付けてください。いずれの被害も受けていない場合は9に○印を付けてください。**

- | | |
|--------------------------------|-----------------|
| 1. コンピュータウイルスを発見したが感染しなかった | 6. ホームページの改ざん |
| 2. コンピュータウイルスを発見し、少なくとも1回は感染した | 7. 故意・過失による情報漏洩 |
| 3. 不正アクセス* ¹ | 8. その他の侵害 |
| 4. スпамメールの中継利用・踏み台 | 9. 特に被害はない |
| 5. DoS攻撃* ² | |

*1 企業等のコンピュータシステムに無許可で侵入し、システムに不具合を起こさせたり、不正に利用することなどを意味します。

*2 メール・サーバーに大量のメールを送ってシステムをダウンさせるなど、サービスを提供させないようにする攻撃。

(2) (1)で「2. コンピュータウイルスを発見し、少なくとも1回は感染した」と回答した企業にお尋ねします。過去1年間において、**何回感染しましたか。該当する番号1つに○印を付けてください。**

- | | | |
|-------|-------|---------|
| 1. 1回 | 3. 3回 | 5. 5回以上 |
| 2. 2回 | 4. 4回 | |

(3) 貴社では、**情報通信ネットワークのデータセキュリティやウイルス対策**に関して、**どのように対応していますか。該当する番号すべて*¹ に○印を付けてください。**

- | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. セキュリティポリシーの策定 | 11. アクセスログの記録 |
| 2. セキュリティ監査 | 12. 認証技術の導入による利用者確認 |
| 3. セキュリティ管理のアウトソーシング | 13. データやネットワークの暗号化 |
| 4. 社員教育 | 14. 回線監視 |
| 5. 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 | 15. ファイアウォールの設置 |
| 6. サーバにウイルス対策プログラムを導入 | 16. 代理サーバ等の利用 |
| 7. OSへのセキュリティパッチの導入 | 17. 不正侵入検知システム(IDS)* ² の導入 |
| 8. 外部接続の際にウイルスウォールを構築 | 18. その他の対策 |
| 9. ウィルス対策対応マニュアルを策定 | 19. 特に対応していない |
| 10. ID、パスワードによるアクセス制御 | |

*1 「3. セキュリティ管理のアウトソーシング」への○印の有無にかかわらず、外部委託又は外部サービスの利用によって、対策の一部を実施している場合も、各選択肢の番号に○印を付けてください。

*2 IPS(不正侵入防御システム)を含みます。

(4) 貴社では、**個人情報保護**について**どのような対策を実施**していますか。**該当する番号すべてに○印を付けてください。**

- | | |
|-------------------|---------------------------------|
| 1. プライバシーマーク制度の取得 | 6. 社内教育の充実 |
| 2. プライバシーポリシーの策定 | 7. 外注先の選定要件の強化(プライバシーマーク取得の有無等) |
| 3. 個人情報保護管理責任者の設置 | 8. その他の対策 |
| 4. 必要な個人情報の絞り込み | 9. 特に実施していない |
| 5. システムや体制の再構築 | |

(5) 貴社ではCIO*(Chief Information Officer)を設置していますか。**該当する番号1つに○印を付けてください。**

- | |
|---|
| 1. 専任のCIOを設置している |
| 2. 専任ではないが業務の大半をICT(IT)関連に費やしている兼任のCIOがいる |
| 3. 専任ではないが業務の一部をICT(IT)関連に費やしている兼任のCIOがいる |
| 4. 現在は置いていないが今後設置する予定がある |
| 5. 現在は置いていないし、今後も設置する予定はない |

* 情報通信戦略と経営戦略を調整・統括する役員

最後に、貴社の概要についてお尋ねします。

なお、有価証券報告書に回答内容と同様の記入がされている場合は、記入せず該当部分の複写を添付されても差し支えありません。その際は、当該複写の該当箇所がわかるよう下線を引いてください。

F1 貴社の資本金額(出資金・基金の額)は、いくらですか。該当する番号1つに○印を付けてください。

1. 1,000万円未満	4. 5,000万円～1億円未満	7. 10億円～50億円未満
2. 1,000万円～3,000万円未満	5. 1億円～5億円未満	8. 50億円以上
3. 3,000万円～5,000万円未満	6. 5億円～10億円未満	

F2 貴社の年間売上高*はどのくらいですか。百万円単位で数字で記入してください。

										百万円
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

- * 平成19年度(平成19年4月～平成20年3月の1年間)の売上高を記入してください。この期間の記入が困難な場合は、最も近接した決算前1年間の金額を記入してください。
- * 銀行業は経常収益を、生命保険会社は保険料等収入を、損害保険会社は正味収入保険料を記入してください。

F3 貴社の営業利益*は、いくらですか。百万円単位で数字で記入してください。

										百万円
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

- * 平成19年度(平成19年4月～平成20年3月の1年間)の営業利益を記入してください。この期間の記入が困難な場合は、最も近接した決算前1年間の金額を記入してください。
- * 銀行業は業務純益を、生命保険会社は基礎利益を、損害保険会社は保険引受利益を記入してください。

F4 貴社における人件費*は、いくらですか。百万円単位で数字で記入してください。

										百万円
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

- * 平成19年度(平成19年4月～平成20年3月の1年間)の人件費を記入してください。この期間の記入が困難な場合は、最も近接した決算前1年間の金額を記入してください。

F5 貴社における減価償却費*は、いくらですか。百万円単位で数字で記入してください。

										百万円
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

- * 平成19年度(平成19年4月～平成20年3月の1年間)の減価償却費を記入してください。この期間の記入が困難な場合は、最も近接した決算前1年間の金額を記入してください。

F6 貴社の従業者数*は何人ですか。数字で記入してください。

										人
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

- * 従業者数：平成20年12月1日又はこれに最も近い給与締切日現在の貴社に常時雇用されている者として。臨時・日雇・パートタイマーと呼ばれる者でも、1か月を超える契約の者又は平成20年10、11月にそれぞれ18日以上働き、調査日現在も雇用されている者は該当します。

◎ 質問は以上です。お手数をお掛けいたしますが、同封の返信用封筒にてご返送ください。
(切手は貼らなくて結構です。)

ご協力ありがとうございました。