

H21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、統計法に基づく一般統計調査である。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22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)

1,834(63.9%)【前回:2,012(70.1%)】

産業	建設業	228
	製造業	380
	運輸業	233
	卸売・小売業	331
	金融・保険業	169
	不動産業	147
	サービス業、その他	346
計		1,834

地方	北海道	130
	東北	137
	北関東	123
	南関東	452
	北陸	110
	甲信越	115
	東海	172
	近畿	199
	中国	142
	四国	115
	九州・沖縄	139
計		1,834

従業者規模	100-299人	1,040
	300-999人	370
	1000-1999人	201
	2000人以上	223
計		1,834

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慮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21年通信利用動向調査(企業)」の有効回答(合計1,834)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	0.19195	0.41631	0.60255	0.60691	0.15131	0.12249	0.75965
東北	0.25734	1.11986	0.50582	0.82430	0.15852	0.23778	0.96872
北関東	0.27669	0.81305	0.44385	0.66814	0.06917	0.38909	0.48886
南関東	0.63878	2.18480	1.56433	2.59319	0.15272	0.21006	3.48401
北陸	0.13880	0.71500	0.16900	0.40170	0.12970	0.10808	0.85229
甲信越	0.25363	1.00031	0.45560	0.58364	0.07205	0.12970	0.62853
東海	0.41174	2.41981	0.90289	1.33496	0.13834	0.13690	1.68224
近畿	0.50668	3.19108	1.13734	2.21701	0.15721	0.15201	2.78918
中国	0.22851	0.99434	0.49069	0.62621	0.08106	0.14699	1.00875
四国	0.15963	0.42088	0.16933	0.53927	0.51879	0.38909	0.49623
九州・沖縄	0.87425	1.11260	1.46325	1.27391	0.13278	0.23469	1.49422

(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、宮城、秋田、山形、福島)

北関東(茨城、栃木、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(岐阜、静岡、愛知、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(徳島、香川、愛媛、高知)

九州・沖縄(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、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	3.1%	6.1%
	製造	2.5%	5.0%
	運輸	3.2%	6.2%
	卸売・小売	2.7%	5.3%
	金融・保険	3.2%	6.3%
	サービス業・その他(計)	2.2%	4.3%
	不動産	3.6%	7.1%
	サービス業、その他	2.7%	5.2%
全体		1.1%	2.2%
地方	北海道	4.2%	8.2%
	東北	4.1%	8.1%
	北関東	4.3%	8.5%
	南関東	2.3%	4.5%
	北陸	4.5%	8.9%
	甲信越	4.5%	8.8%
	東海	3.7%	7.3%
	近畿	3.5%	6.9%
	中国	4.1%	7.9%
	四国	4.4%	8.6%
	九州・沖縄	4.2%	8.1%
	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	7.4%	14.5%
	1,000万円～3,000万円未満	2.7%	5.4%
	3,000万円～5,000万円未満	3.3%	6.5%
	5,000万円～1億円未満	2.7%	5.3%
	1億円～5億円未満	2.4%	4.6%
	5億円～10億円未満	5.4%	10.6%
	10億円～50億円未満	4.0%	7.8%
	50億円以上	2.9%	5.7%
全体		1.1%	2.2%
従業者規模	100～299人	1.5%	3.0%
	300以上計	1.7%	3.4%
	300～499人	3.4%	6.6%
	500～999人	3.9%	7.6%
	1000～1999人	3.3%	6.5%
	2000以上計	3.0%	6.0%
	2000～2999人	4.8%	9.4%
	3000～4999人	5.8%	11.4%
	5000人以上	5.4%	10.5%
	全体		1.1%

※集計対象が全企業(1,834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21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	ホームページやビジネスブログの開設.....	16
7	A S P・S a a Sの利用.....	20
8	I C Tを利用したシステムやツールの導入.....	23
9	情報通信ネットワーク利用上の問題点.....	26
第2章	電子商取引	28
1	電子商取引の導入.....	28
2	電子商取引による販売額.....	30
3	インターネット販売を行う理由.....	31
4	インターネットを利用した広告の導入.....	33
5	電子商取引の問題点.....	36
第3章	テレワーク	38
1	テレワークの導入.....	38
2	テレワークを利用している従業員の割合.....	40
3	テレワークの導入目的.....	40
4	テレワークの効果.....	42
5	テレワークを導入しない理由.....	42
第4章	ICT教育	43
第5章	情報通信ネットワークの安全対策	45
1	情報通信ネットワーク利用で受けた被害.....	45
2	データセキュリティへの対応.....	46
3	個人情報保護対策の実施.....	49
4	C I Oの設置状況.....	51

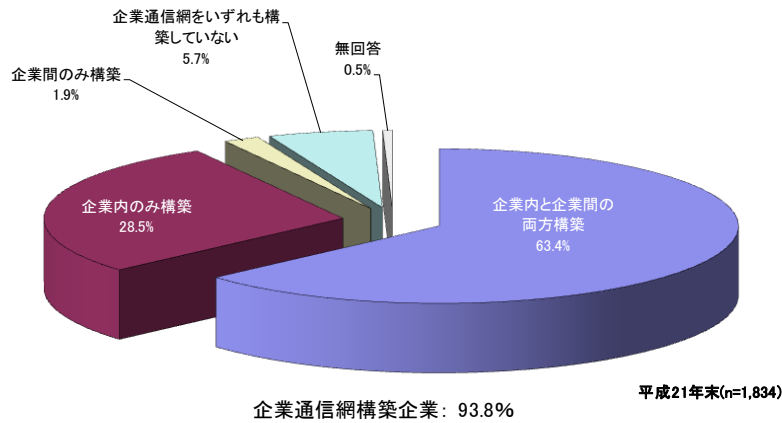
第1章 情報通信ネットワーク

1 企業通信網の構築

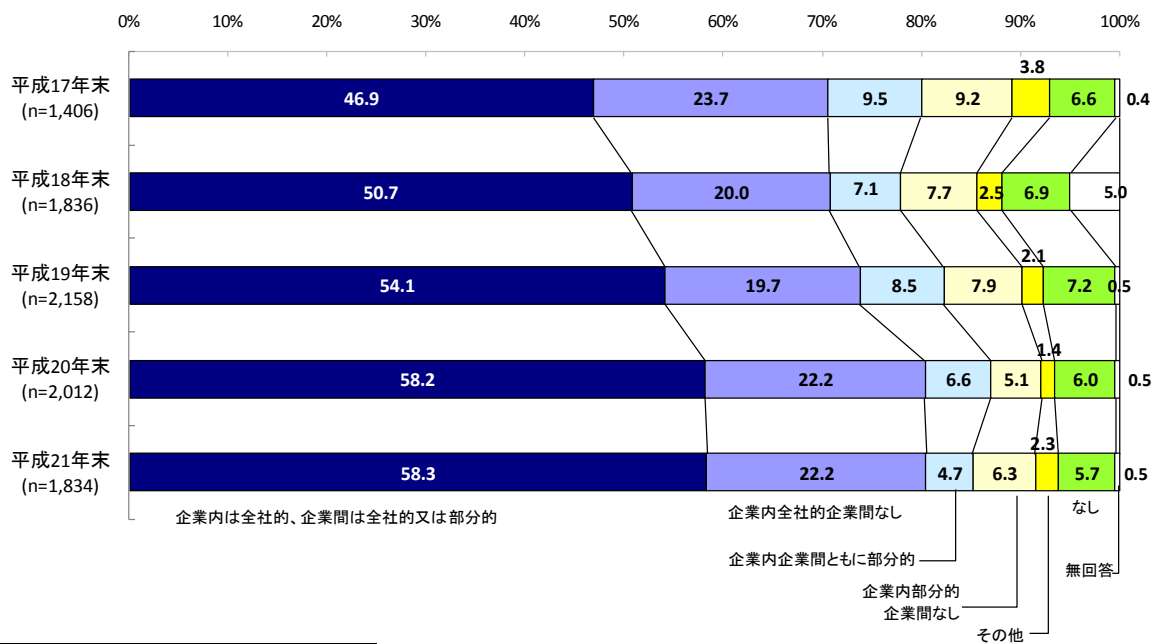
(1) 企業通信網

本調査（平成21年末）が対象とする従業者100人以上の企業のうち、93.8%が企業内通信網¹又は企業間通信網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63.4%、企業内通信網のみを構築している企業が28.5%であった（図表1-1 参照）。これを前年調査（平成20年末）と比べると、企業通信網を構築する企業が93.5%から0.3ポイント増加し、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80.4%から0.1ポイント増加して80.5%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推移

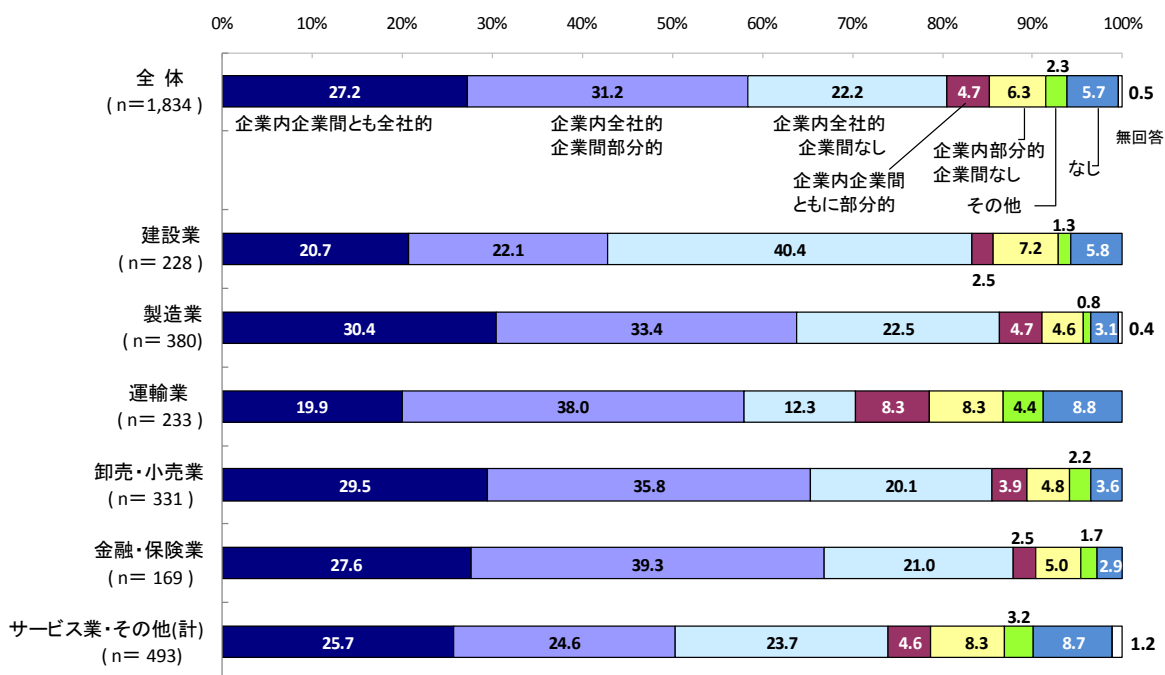


¹ 同一構内における通信網や、同一企業内の本社・支社間及び事業所間の通信網のことを指す。

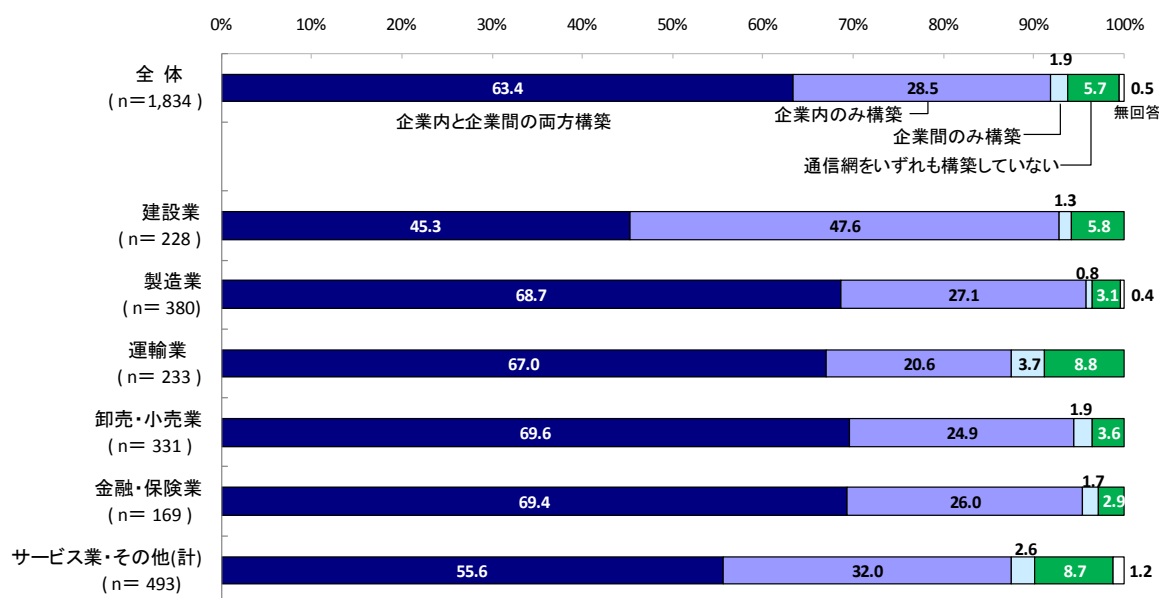
² 他企業との通信網を指す。

産業別に企業通信網（企業内通信網、企業間通信網）の構築割合をみると、全ての産業で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「卸売・小売業」（71.5%）、「金融・保険業」（71.1%）、「運輸業」（70.7%）、「製造業」（69.5%）、「サービス業・その他（計）」（58.2%）、「建設業」（46.6%）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 21 年末）

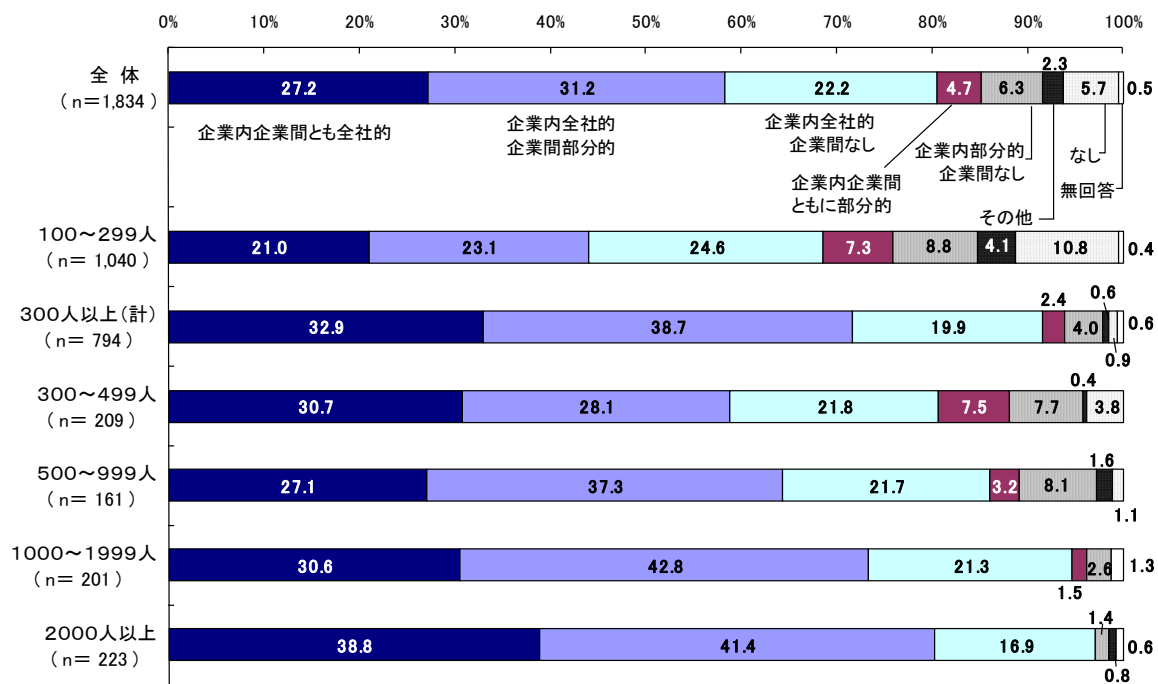


図表 1-4 産業別企業通信網の構築状況②
（企業内、企業間の別）（平成 21 年末）



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21.0%であるのに対し、「1000～1999人」の企業では30.6%、「2000人以上」では38.8%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21年末)



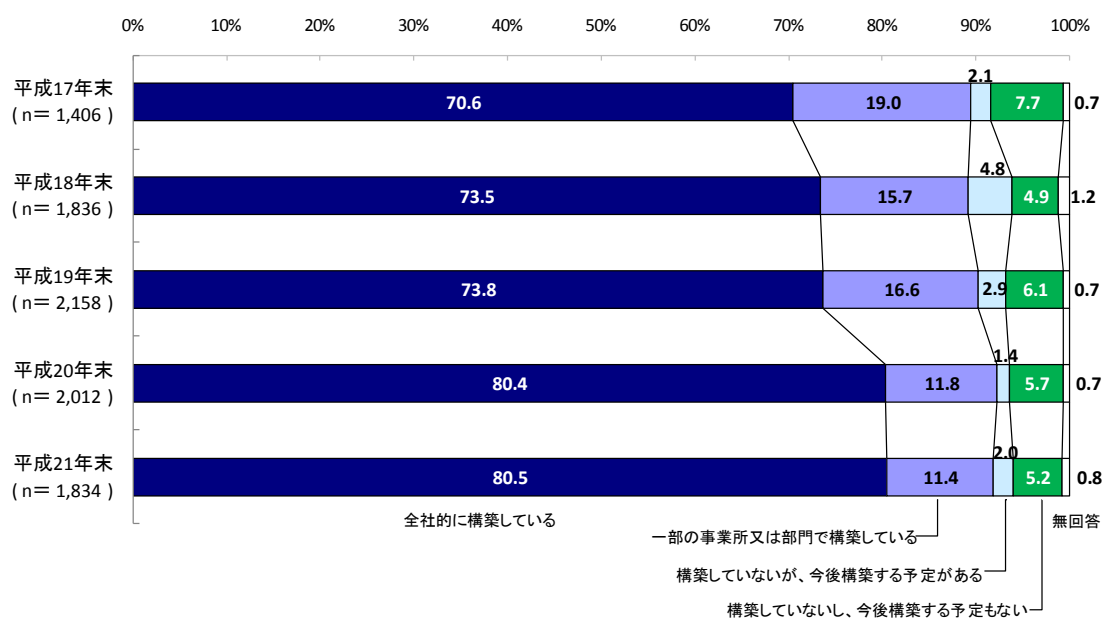
(2) 企業内通信網

企業内通信網を構築する企業の割合は91.9%で、前年より0.3ポイント減少したものの、「全社的に構築している」企業は80.5%と過去最多となった（図表 1-6 参照）。

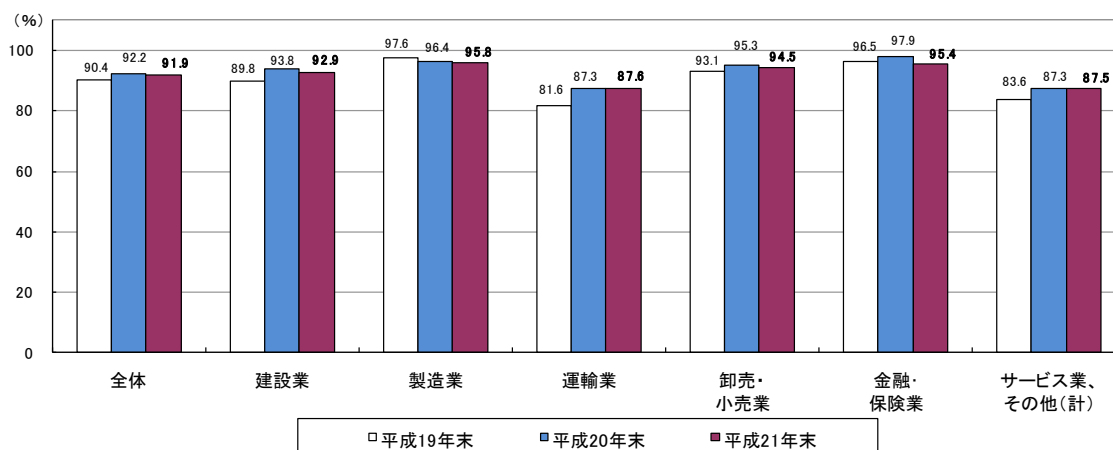
産業別では、「製造業」（95.8%）、「金融・保険業」（95.4%）、「卸売・小売業」（94.5%）及び「建設業」（92.9%）で9割を超えており、構築率が高い。全般に前年より減少しているが、「運輸業」が87.6%（前年比0.3ポイント増）、「サービス業・その他（計）」が87.5%（同0.2ポイント増）と、わずかではあるが構築が進んできている（図表 1-7 参照）。

また、従業者規模別では、300人以上の企業では97%以上が企業内通信網を構築し、特に「1000～1999人」の企業では98.8%に達しているのに比べると、「100～299人」の企業では85.4%と、いまだに10ポイント以上の差がある（図表 1-8 参照）。

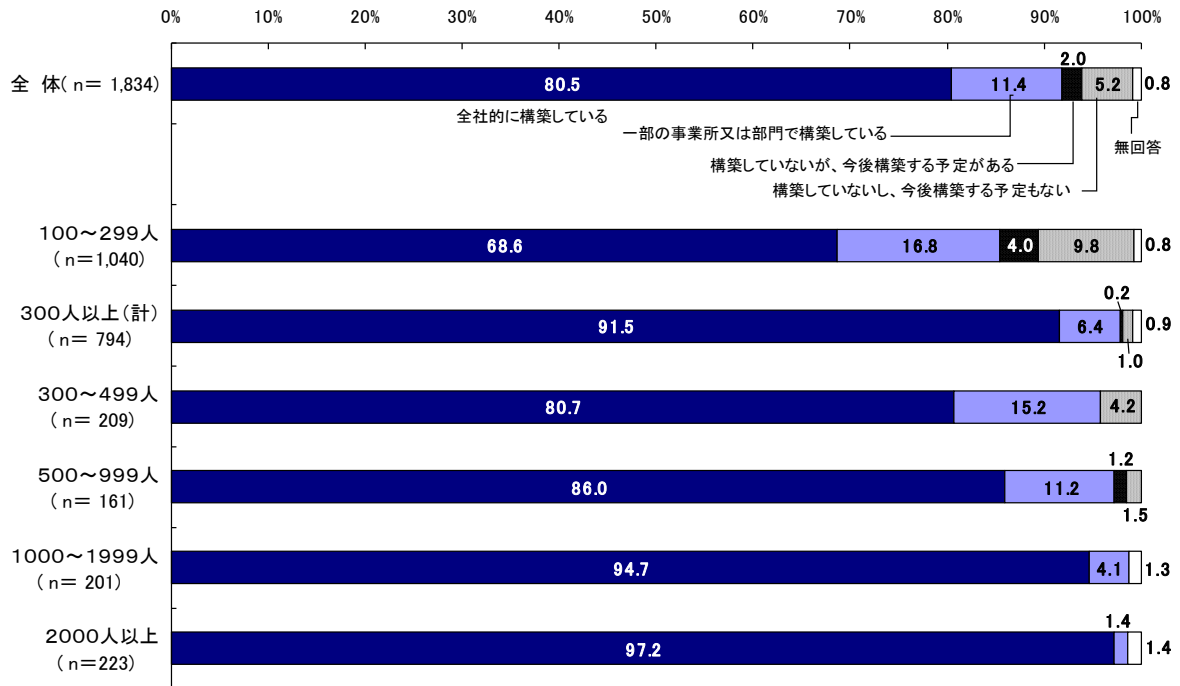
図表 1-6 企業内通信網の構築状況の推移



図表 1-7 産業別企業内通信網構築率の推移



図表 1-8 従業員規模別企業内通信網の構築状況
(平成 21 年末)



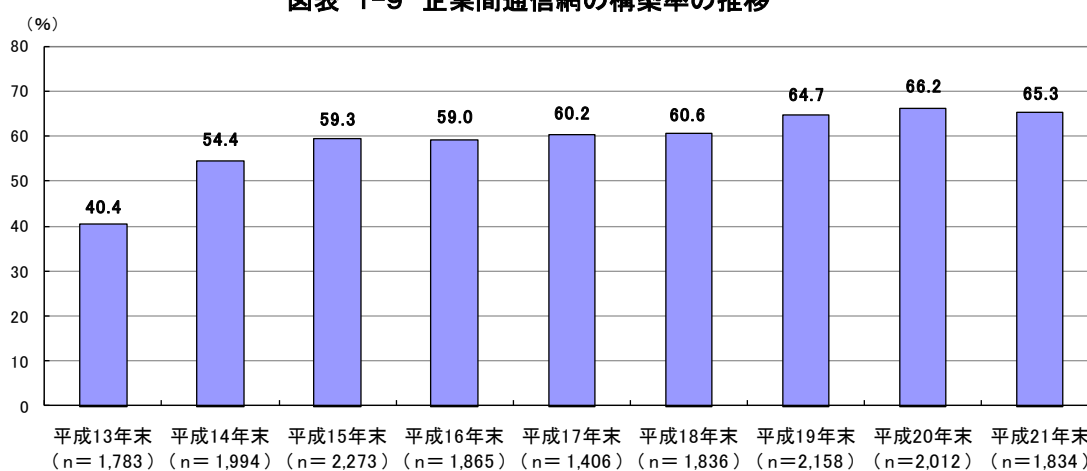
(3) 企業間通信網

企業間通信網を構築する企業の割合は65.3%で、前年より0.9ポイント減少した(図表1-9 参照)。

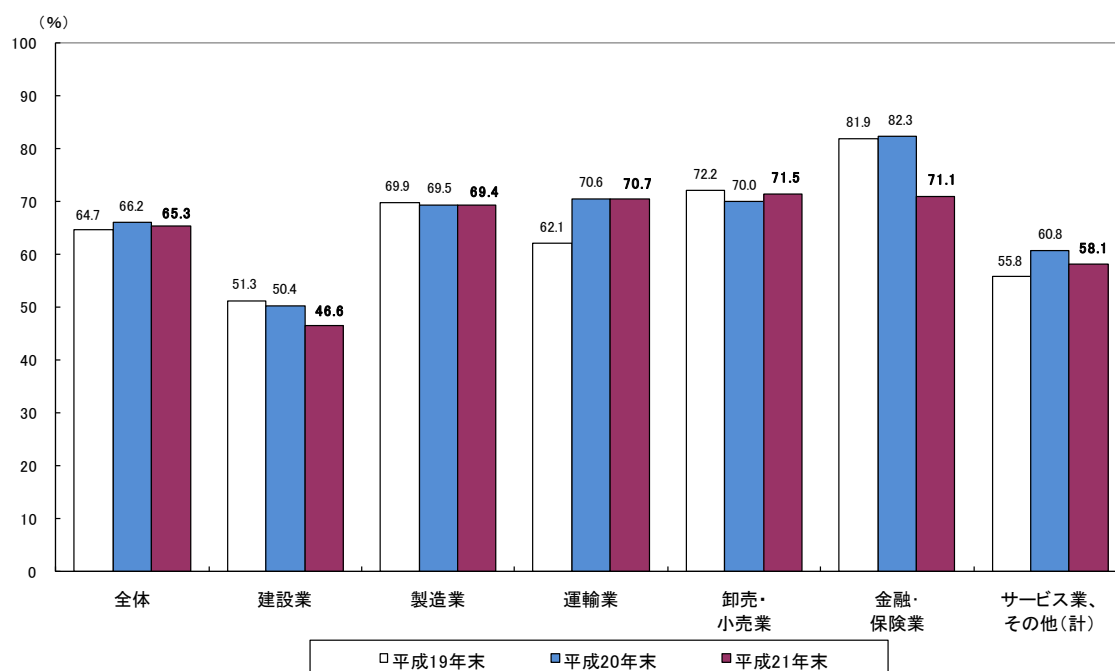
産業別では、「卸売・小売業」(71.5%)、「金融・保険業」(71.1%)、「運輸業」(70.7%)で7割を超え構築率が高い。一般的に前年より減少しており、特に「金融・保険業」では11.2ポイントの減少となった(図表1-10 参照)。

また、従業員規模別では、300人以上の企業では6割以上が企業間通信網を構築し、特に「2000人以上」の企業では81.0%に達しているが、「100~299人」の企業では55.5%と、25ポイント以上の差がある(図表1-11 参照)。

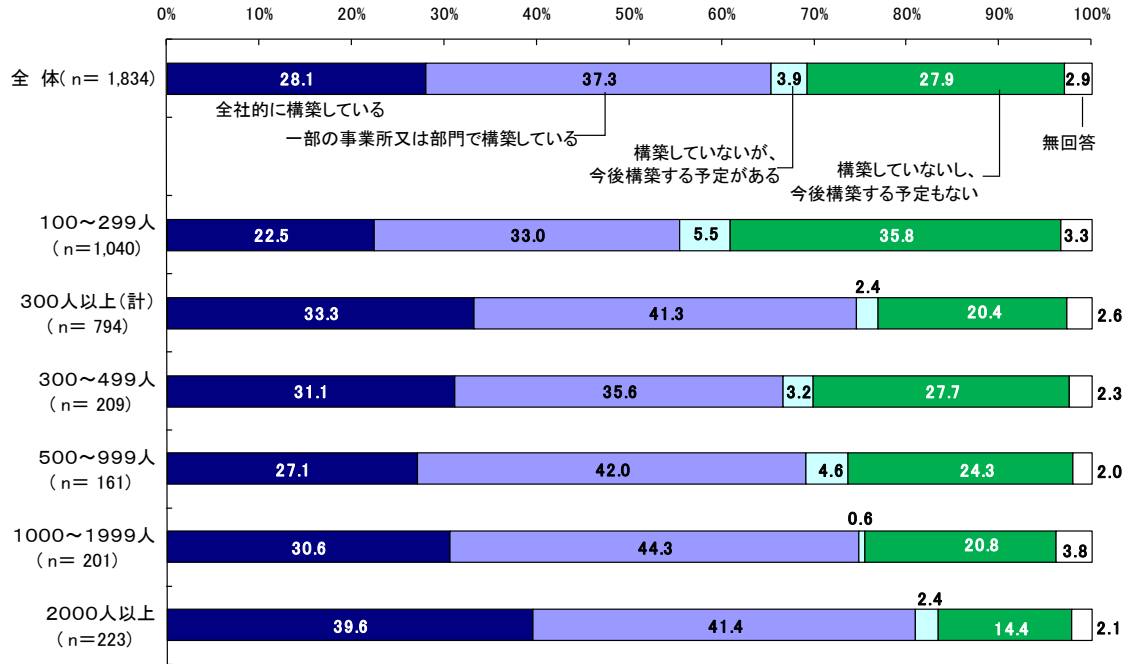
図表 1-9 企業間通信網の構築率の推移



図表 1-10 産業別企業間通信網の構築率の推移



図表 1-11 従業員規模別企業間通信網の構築状況
(平成 21 年末)

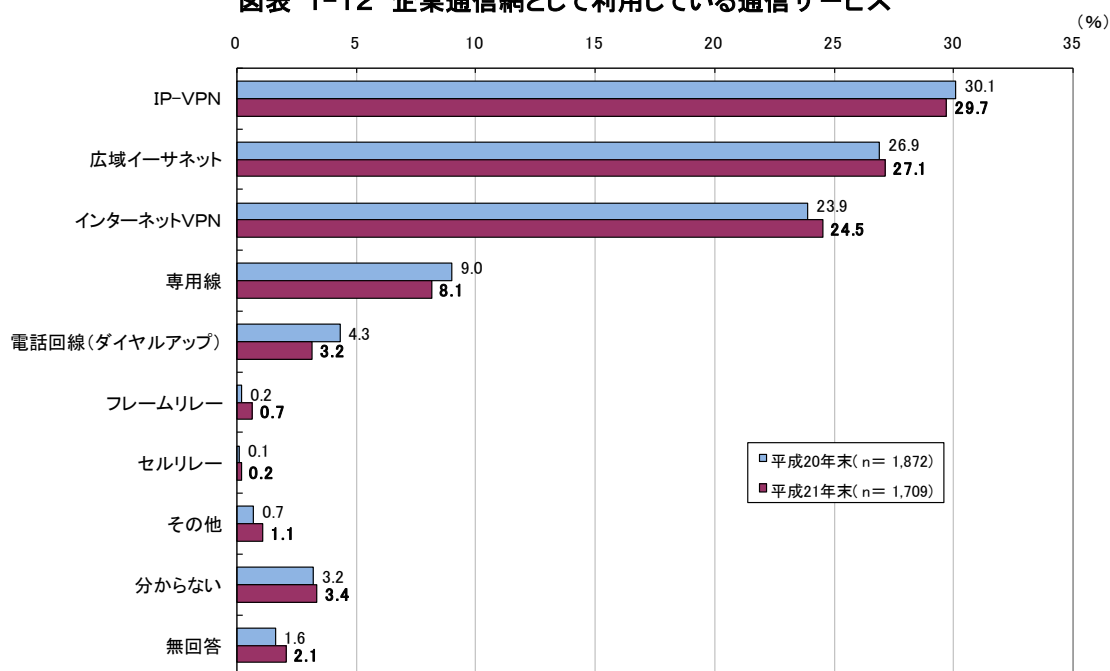


2 企業通信網として利用している通信サービス

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29.7%、「広域イーサネット」が27.1%となった。また、「専用線」は前年より0.9ポイント減の8.1%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、「広域イーサネット」の利用率が高まる傾向がみられるが、「インターネットVPN」では逆に規模が小さい程、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21年末)

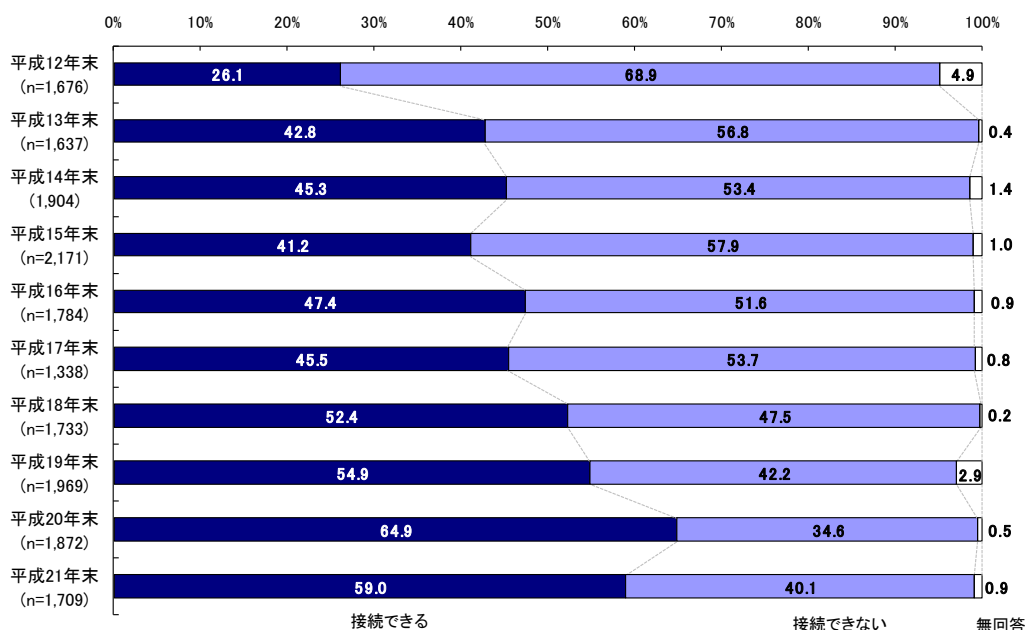
単位：%

	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	1,709	27.1	29.7	24.5	8.1	0.7	0.2	3.2	1.1	3.4	2.1
〔産業分類〕											
建設業	213	28.4	29.0	28.3	7.3	-	-	3.7	1.4	1.0	1.0
製造業	365	30.8	31.1	20.8	7.6	1.5	-	2.0	1.0	2.8	2.4
運輸業	209	21.4	29.2	22.5	6.0	1.6	1.2	5.0	1.6	9.0	2.5
卸売・小売業	317	20.3	34.8	28.8	8.2	-	-	3.3	1.0	2.5	1.1
金融・保険業	164	40.3	29.1	10.4	15.4	0.3	0.3	-	1.9	1.6	0.6
サービス業・その他(計)	441	29.7	24.8	25.7	9.2	0.1	0.2	3.6	1.0	3.3	2.5
不動産業	137	30.1	28.0	24.9	4.9	-	-	2.1	-	7.0	3.0
サービス業・その他	304	29.7	24.7	25.7	9.4	0.1	0.2	3.7	1.0	3.1	2.5
〔従業者規模(MA)〕											
100~299人	927	23.4	23.2	31.4	7.7	0.9	0.2	4.6	1.3	4.9	2.5
300人以上計	782	30.3	35.2	18.8	8.5	0.4	0.2	1.9	0.9	2.1	1.7
300~499人	202	16.7	34.6	30.0	3.3	-	-	7.9	0.4	3.6	3.5
500~999人	158	20.6	39.9	25.6	6.0	1.0	-	0.6	1.1	5.0	0.1
1000~1999人	200	31.1	37.1	19.3	7.2	0.9	0.6	1.3	-	2.0	0.5
2000人以上計	222	40.9	31.8	9.4	13.4	-	-	-	1.9	0.1	2.5

3 社外からの企業通信網への接続

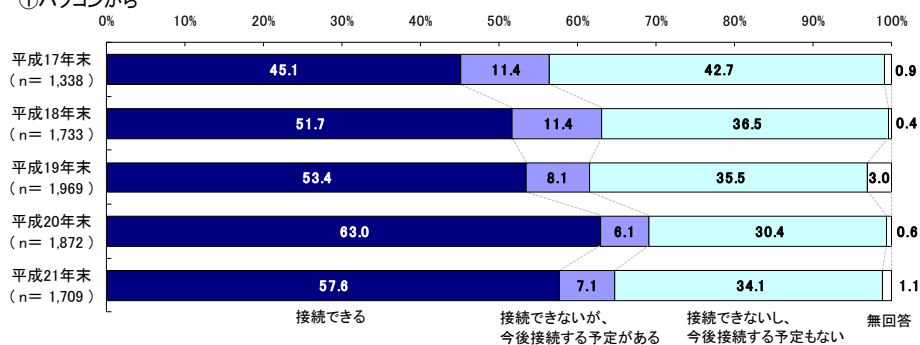
外出先などの社外からパソコン、携帯電話・携帯情報端末（PDA）の端末を介して自社の通信網にアクセスできるかどうかを尋ねたところ、いずれかの方法でアクセスできる企業は企業通信網を構築している企業の59.0%であった（図表 1-14 参照）。また、端末別ではパソコンからアクセスできる企業が57.6%、携帯電話・携帯情報端末（PDA）からアクセスできる企業は26.3%とパソコンの5割程度の接続状況で、社外からのアクセスの手段としては主にパソコンが利用されている状況は続いている（図表 1-15 参照）。

図表 1-14 社外からの企業通信網への接続状況の推移

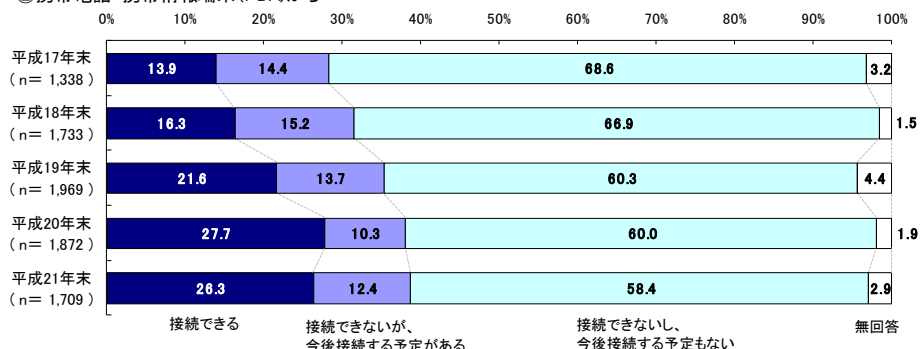


図表 1-15 端末別社外からの企業通信網への接続状況の推移

①パソコンから

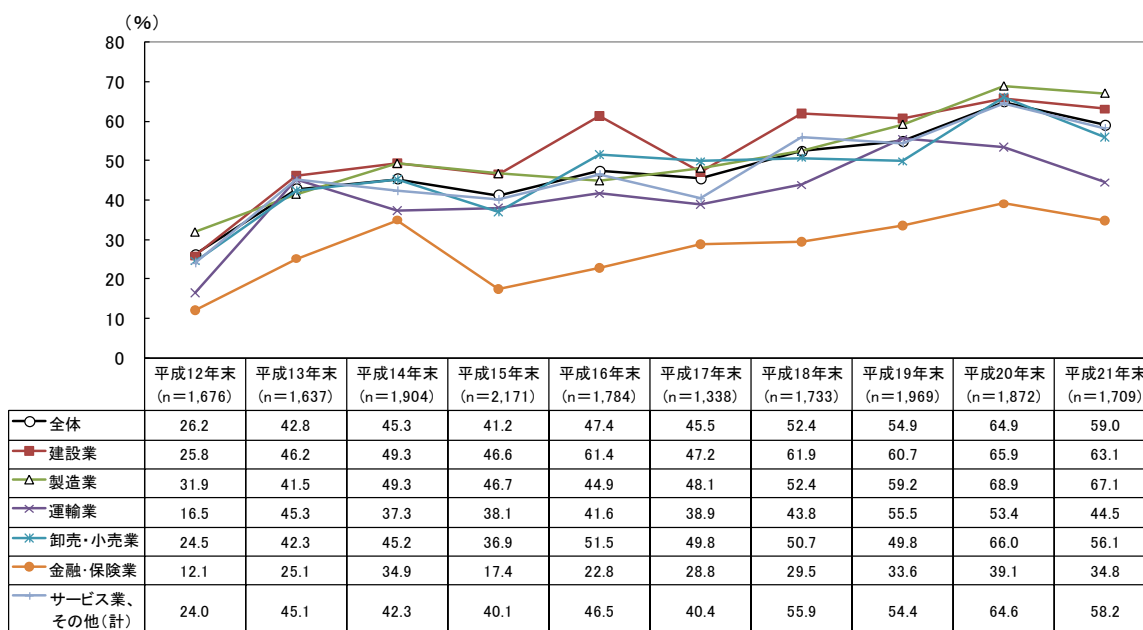


②携帯電話・携帯情報端末(PDA)から

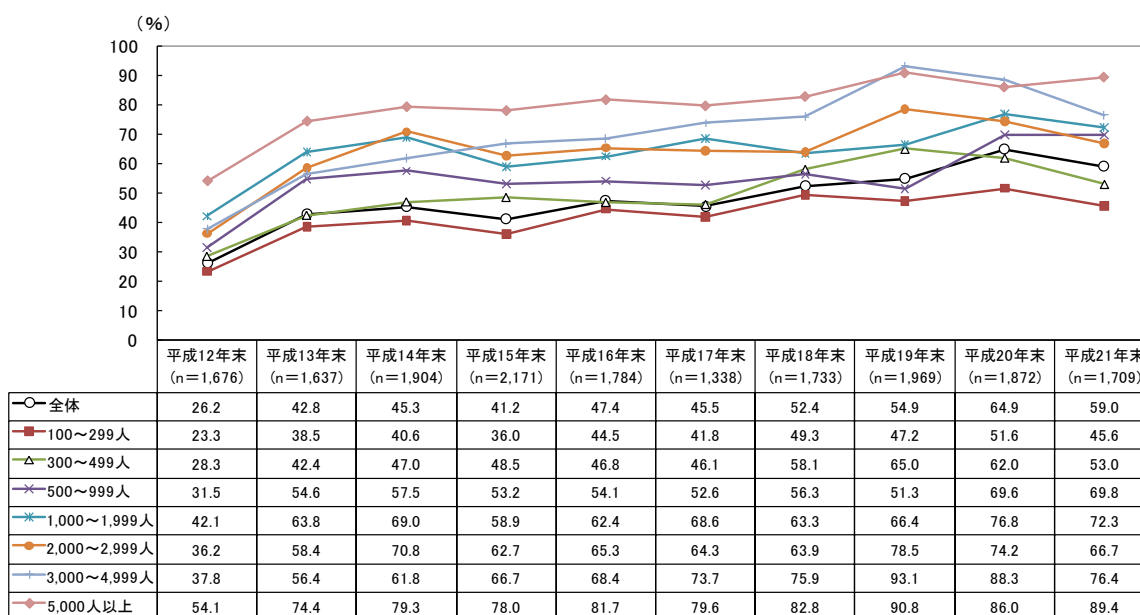


社外からの自社通信網への接続状況を産業別にみると、「建設業」(63.1%)及び「製造業」(67.1%)で前年と同じく6割を超えている(図表 1-16 参照)。また、前年までと同様、従業者規模の大きい企業ほど接続率も高い傾向となっていて、「5000人以上」では89.4%と9割に迫っている(図表 1-17 参照)。

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



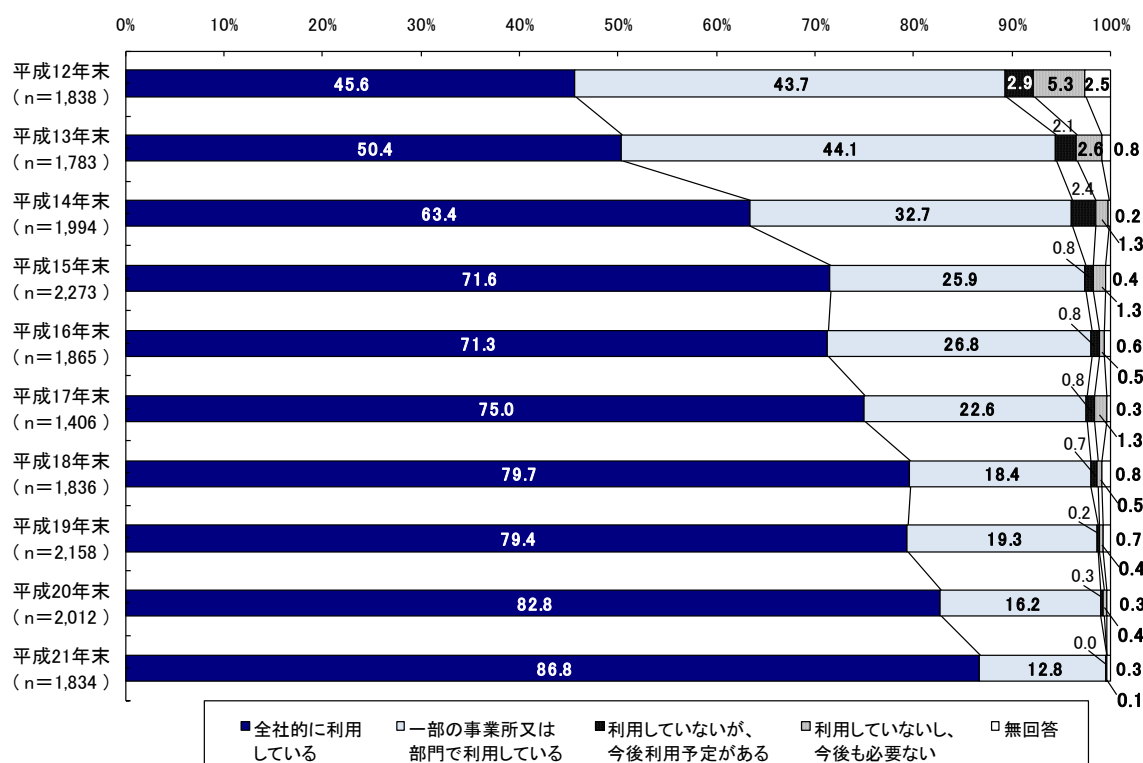
4 インターネットの利用

(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9割を超え、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21年末の利用率は、前年より0.6ポイント増の99.6%であった。

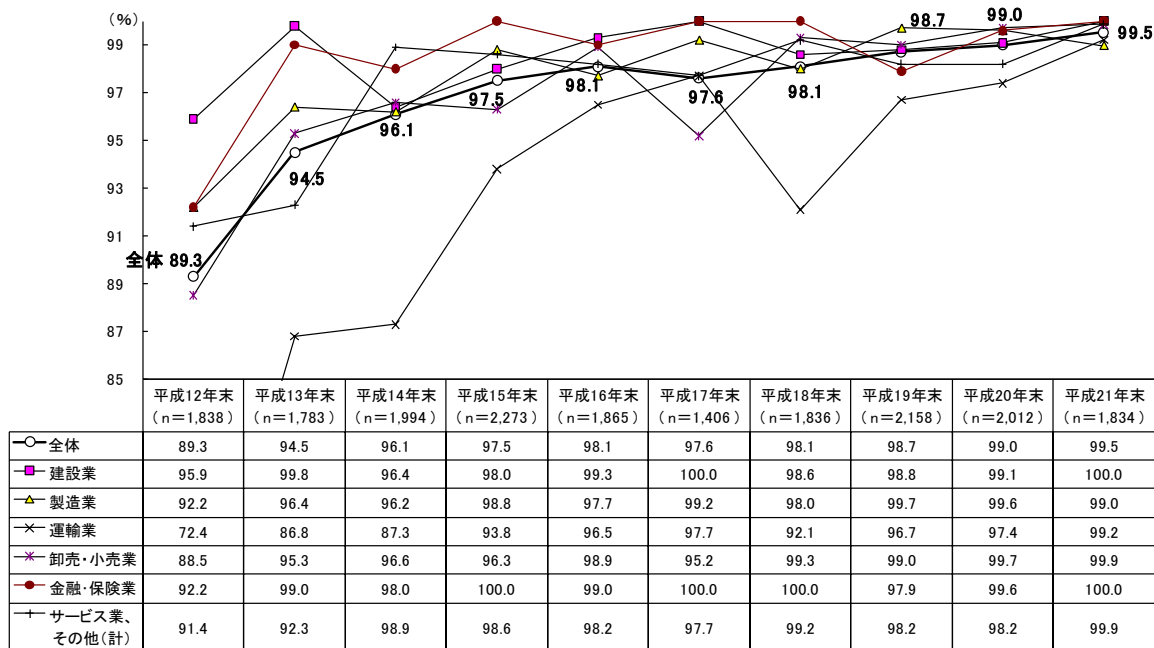
インターネットを利用している企業の内訳をみると、「全社的に利用している」企業は86.8%、「一部の事業所又は部門で利用している」企業は12.8%となっており、全社利用が一般的形態となっている（図表1-18参照）。

図表 1-18 インターネット利用の有無

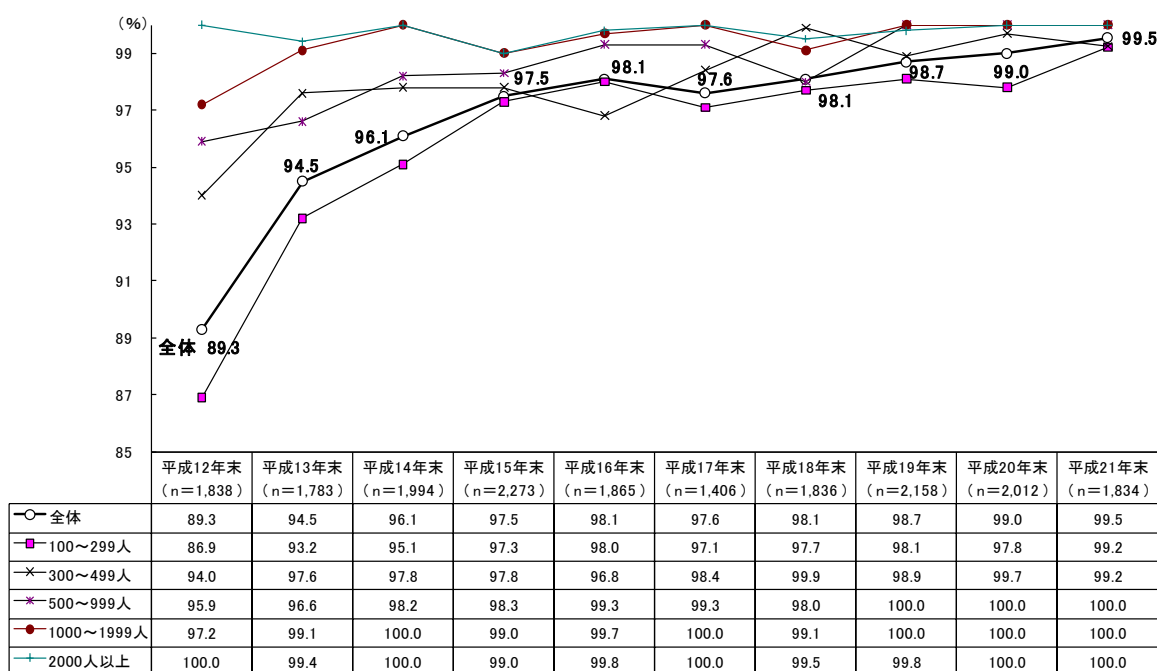


産業や従業者規模によるインターネット利用率をみると、産業や従業者規模にかかわらず、あらゆる企業でインターネットが活用されている（図表 1-19、1-20 参照）。

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



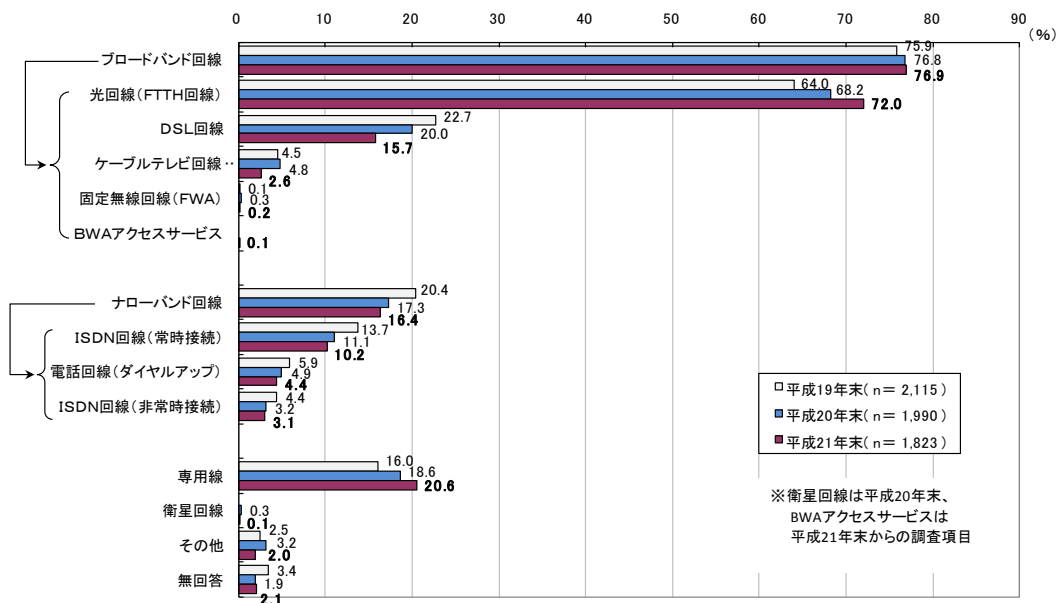
(2) インターネット接続形態

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）」(72.0%)、「専用線」(20.6%)、「DSL回線」(15.7%)、「ISDN回線（常時接続）」(10.2%)の順であった。平成19年末以降の3年間の傾向としては「光回線（FTTH回線）」と「専用線」が増加し続けているのに対し、「DSL回線」と「ISDN回線（常時接続）」は減少し続けている（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、「製造業」、「卸売・小売業」、「金融・保険業」、「サービス業・その他（計）」では「専用線」、「建設業」で「DSL回線」、「運輸業」は「ISDN回線（常時接続）」となっている。

また、従業者規模別では、前年調査と同様、全ての規模で「光回線（FTTH回線）」が最も多いが、それに次ぐのは、従業者1000人未満では「DSL回線」、1000人以上では「専用線」で、規模による接続形態の違いがみられる（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21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)	BWAアクセスサービス	DSL回線	専用線	衛星回線	その他	無回答	
全体	1,823	16.4	4.4	3.1	10.2	76.9	2.6	72.0	0.2	0.1	15.7	20.6	0.1	2.0	2.1
[産業分類]															
建設業	228	24.7	7.5	3.5	19.2	86.8	7.5	82.1	0.3	0.7	28.1	24.1	1.0	3.7	1.1
製造業	376	14.6	3.9	3.2	9.7	68.9	2.7	63.4	0.3	-	13.5	25.9	-	2.4	3.1
運輸業	229	23.5	6.0	4.2	13.8	79.7	2.5	75.1	-	-	10.9	7.6	-	2.0	0.6
卸売・小売業	330	14.7	4.1	4.4	7.1	82.8	1.3	78.8	-	-	16.4	19.4	-	0.2	1.2
金融・保険業	169	9.8	1.3	3.7	6.1	70.9	1.7	66.0	-	0.6	17.9	25.8	-	5.9	1.9
サービス業・その他(計)	491	16.1	4.4	1.6	10.5	78.0	2.7	72.9	0.4	0.2	16.9	19.7	0.2	2.4	2.5
[従業者規模(MA)]															
100~299人	1,031	18.4	5.7	3.2	10.9	82.8	2.5	76.6	0.2	0.0	13.2	7.6	0.0	1.4	2.3
300人以上計	792	14.5	3.3	3.0	9.5	71.5	2.6	67.7	0.3	0.2	18.1	32.7	0.2	2.5	2.0
300~499人	207	18.0	5.6	2.4	11.6	85.2	6.7	76.9	0.9	-	17.2	16.5	0.3	4.0	3.1
500~999人	161	23.4	3.9	5.1	17.2	82.9	3.1	82.0	-	-	19.2	17.3	0.4	3.5	1.1
1000~1999人	201	12.5	2.3	3.2	7.5	73.3	2.6	70.9	0.4	0.2	18.1	31.7	-	2.8	0.6
2000人以上計	223	10.1	2.6	2.1	6.5	57.4	0.4	53.6	-	0.3	18.0	49.0	0.2	0.9	3.0

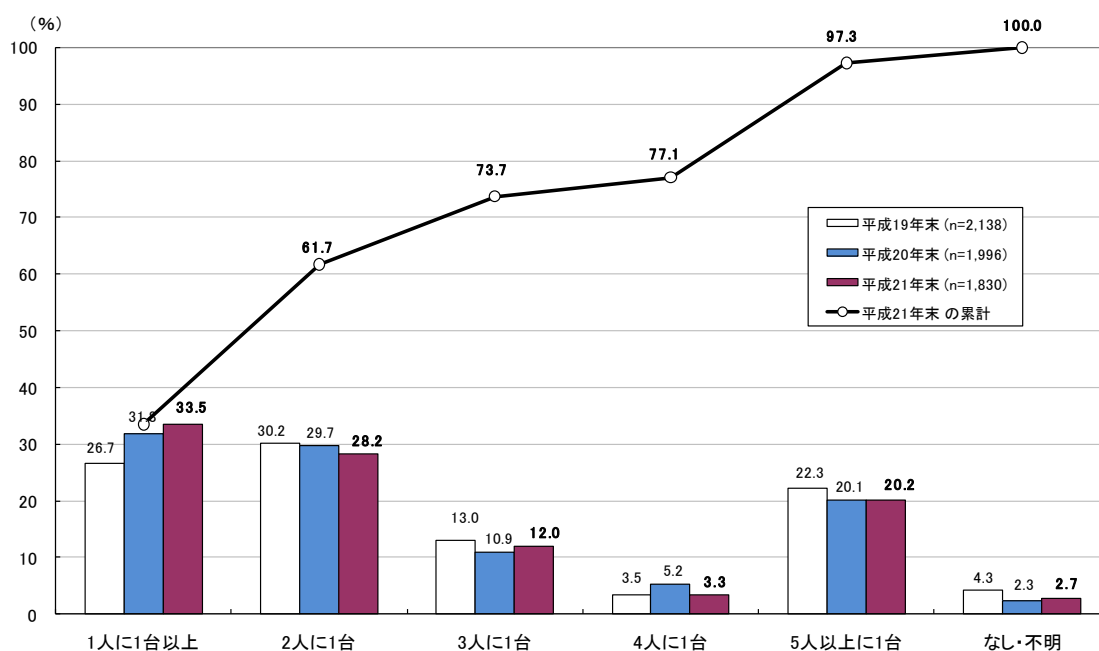
5 情報通信ネットワーク端末の使用人数

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」の割合が最も高く、33.5%となっている（図表 1-23 参照）。

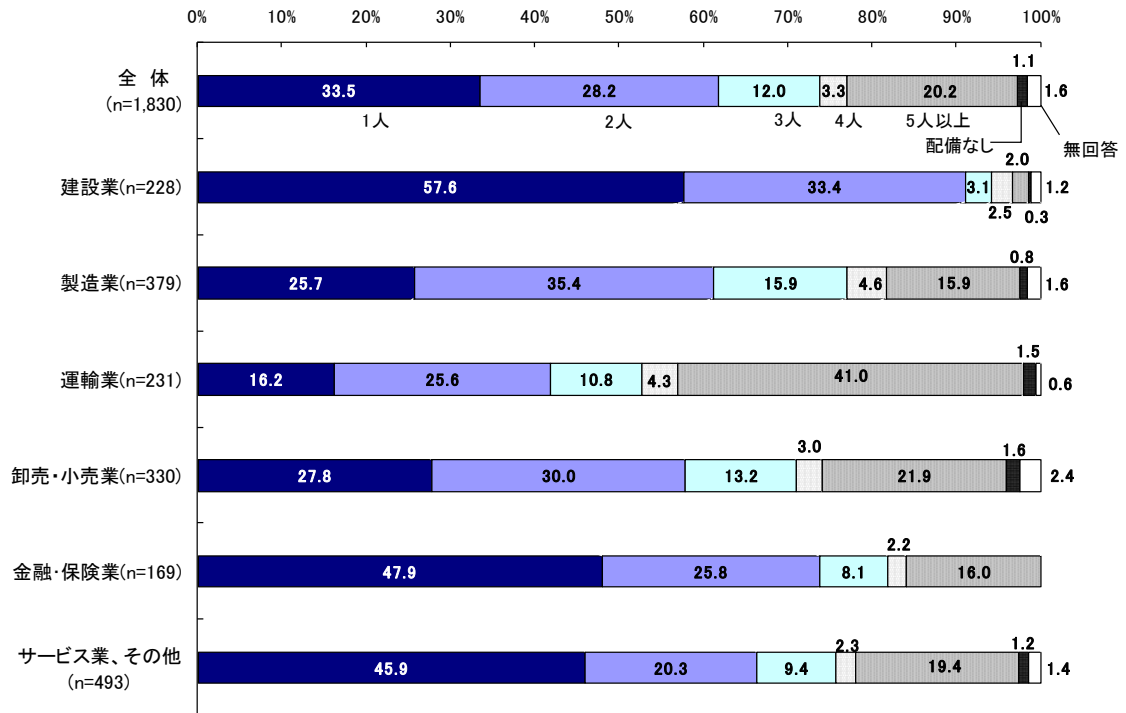
産業別にみると、「建設業」で端末の1人1台化が6割程度で比較的進んでいる。「製造業」、「運輸業」及び「卸売・小売業」では1人1台の割合は小さく、特に「運輸業」の場合は、1台あたり「5人以上」の割合が4割を超える。

また、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）。

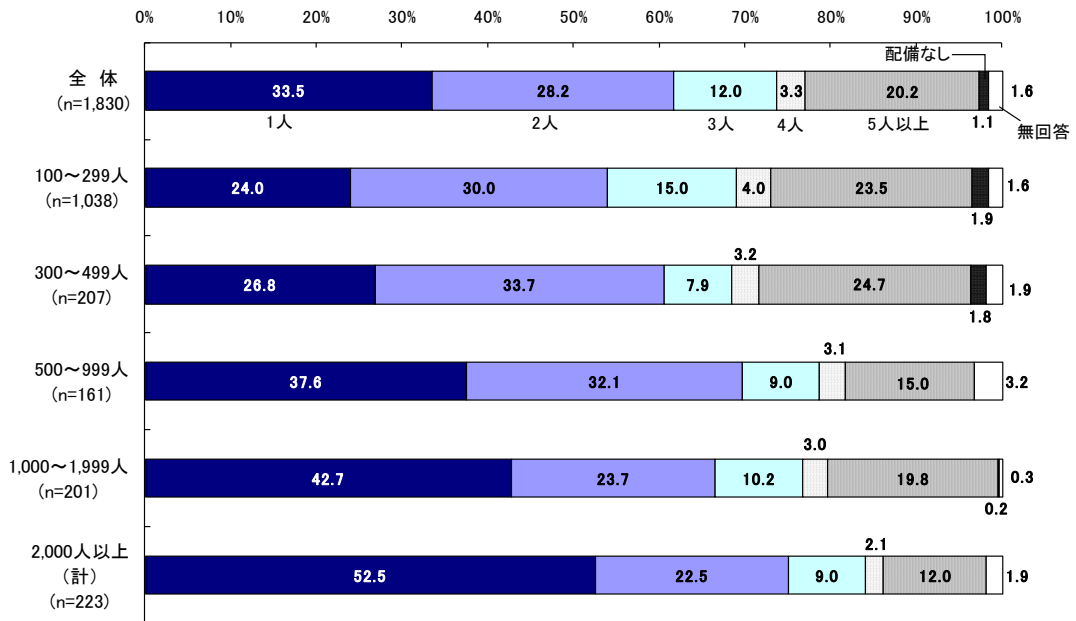
図表 1-23 企業通信網またはインターネットの接続端末1台当たり使用人数の推移



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 21 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 21 年末)



6 ホームページやビジネスブログの開設

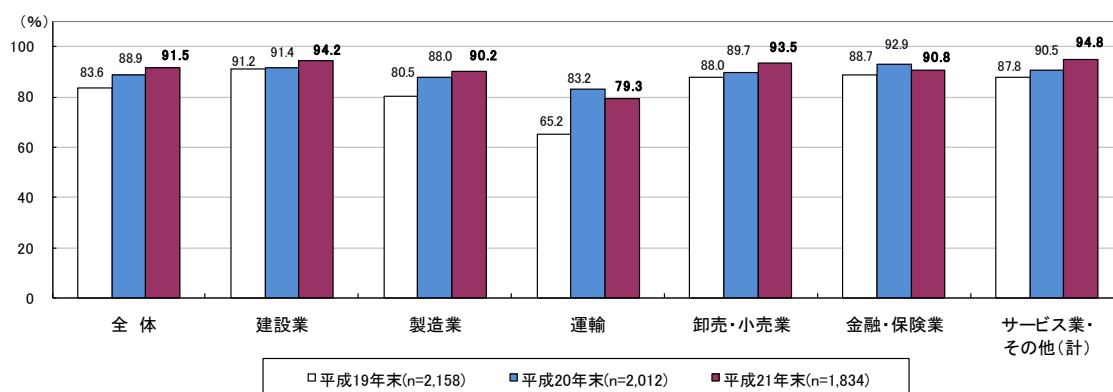
(1) ホームページの開設率

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91.5%であった。

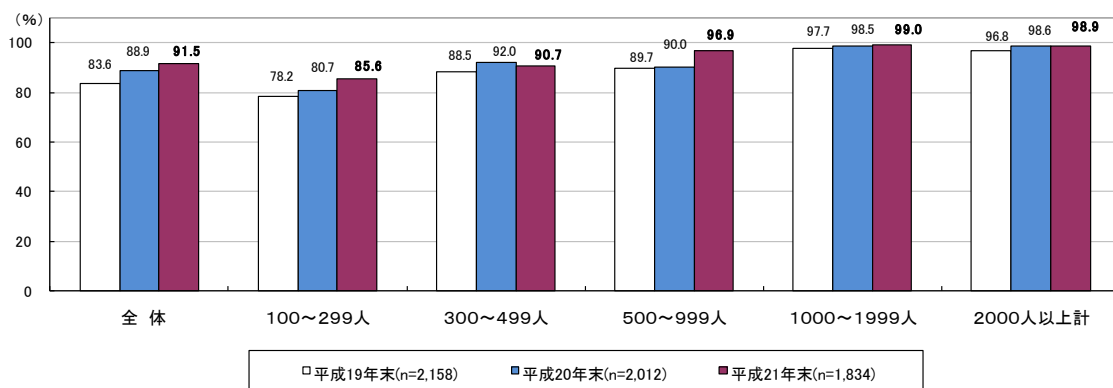
産業別にみると、「建設業」(94.2%)、「製造業」(90.2%)、「卸売・小売業」(93.5%)、「金融・保険業」(90.8%)及び「サービス業・その他(計)」(94.8%)で9割を超えている(図表 1-26 参照)。

また、従業員規模別にみると、300人以上の企業の開設率は9割を超えており、総じて大企業ほど開設率が高い(図表 1-27 参照)。

図表 1-26 産業別ホームページ開設率の推移



図表 1-27 従業員規模別ホームページ開設率の推移



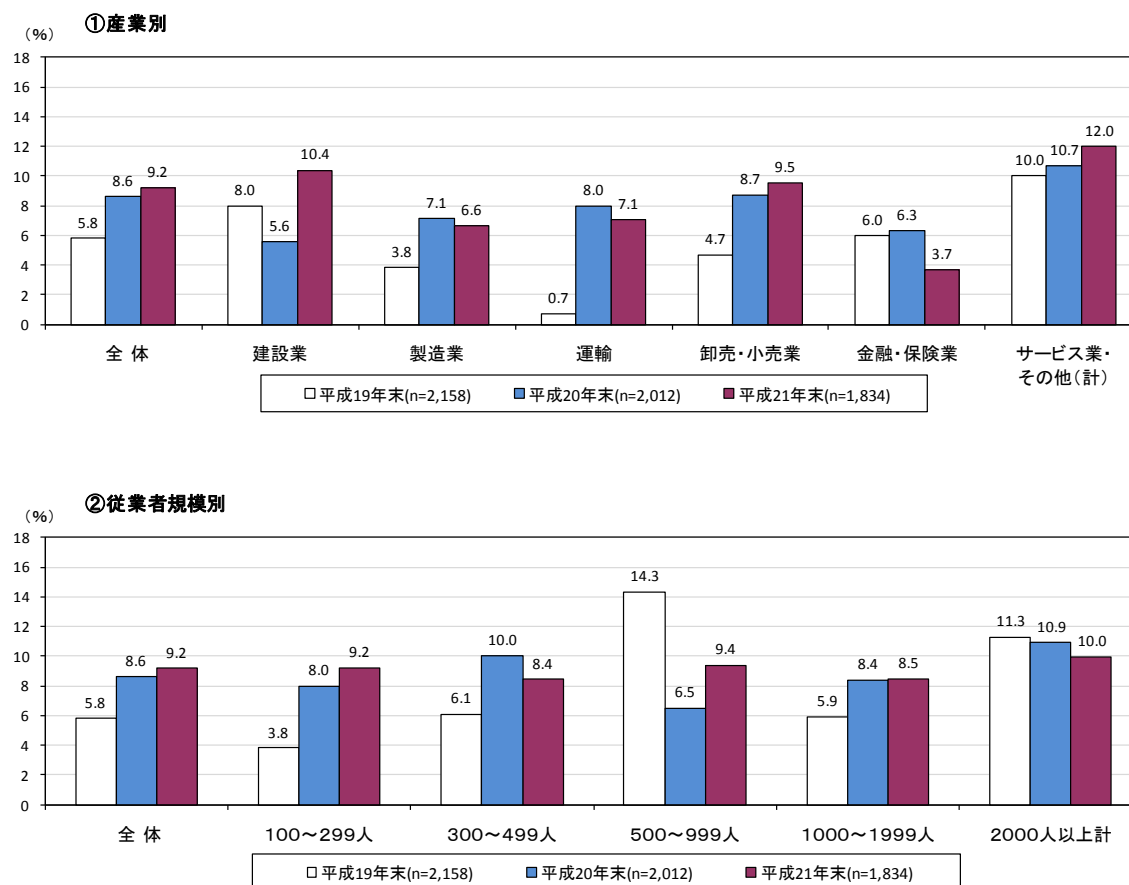
(2) ビジネスブログの開設率

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の開設の有無を尋ねたところ、ビジネスブログを開設している企業は全体の9.2%を占め、前年より0.6ポイント増加した。

産業別では、「サービス業・その他(計)」が12.0%で最も多く、次いで「建設業」が10.4%となっており、「建設業」は前年より大幅に増加した(図表 1-28① 参照)。

また、従業員規模別にみると、「2000人以上計」の企業で最も多く10.0%が開設している(図表 1-28② 参照)。

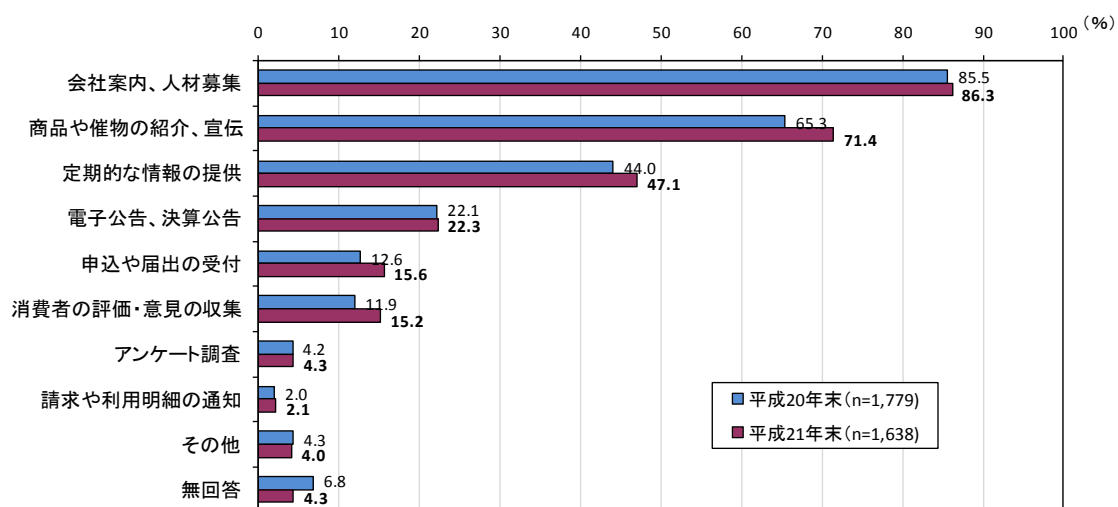
図表 1-28 ビジネスブログの開設率の推移



(3) ホームページ、ビジネスブログの開設目的・用途

自社のホームページやビジネスブログを開設している企業に対し、その目的や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」(86.3%)であった。次いで、「商品や催物の紹介、宣伝」(71.4%)、「定期的な情報の提供」(47.1%)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見られる(図表 1-29 参照)。

図表 1-29 ホームページやビジネスブログの開設目的・用途



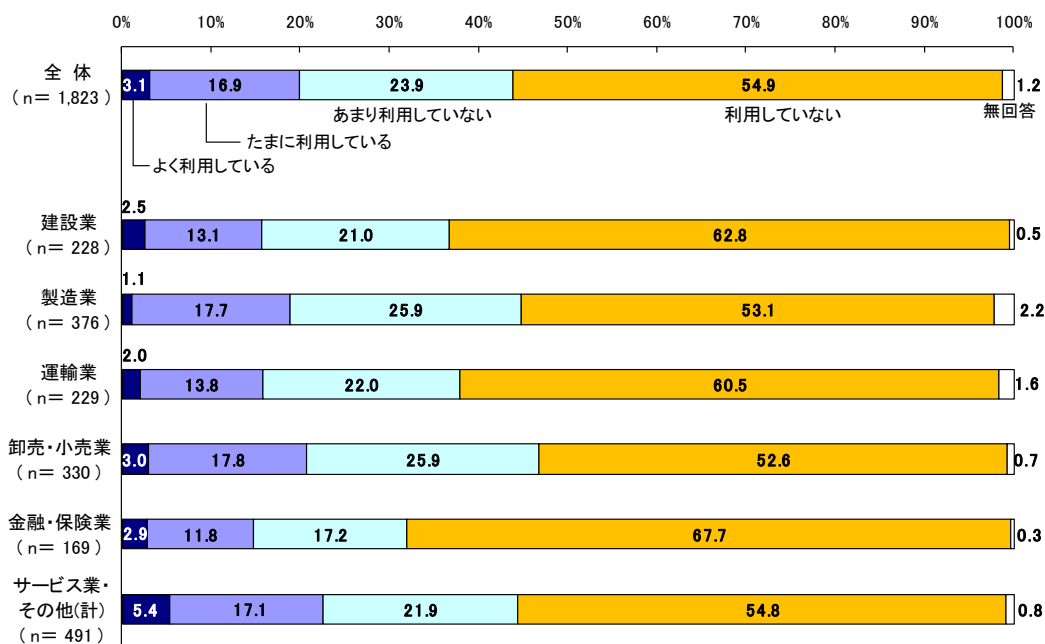
(4) 消費者開設のブログ・SNSの利用

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」(3.1%)、「たまに利用している」(16.9%)を合わせると全体の20.0%を占める。

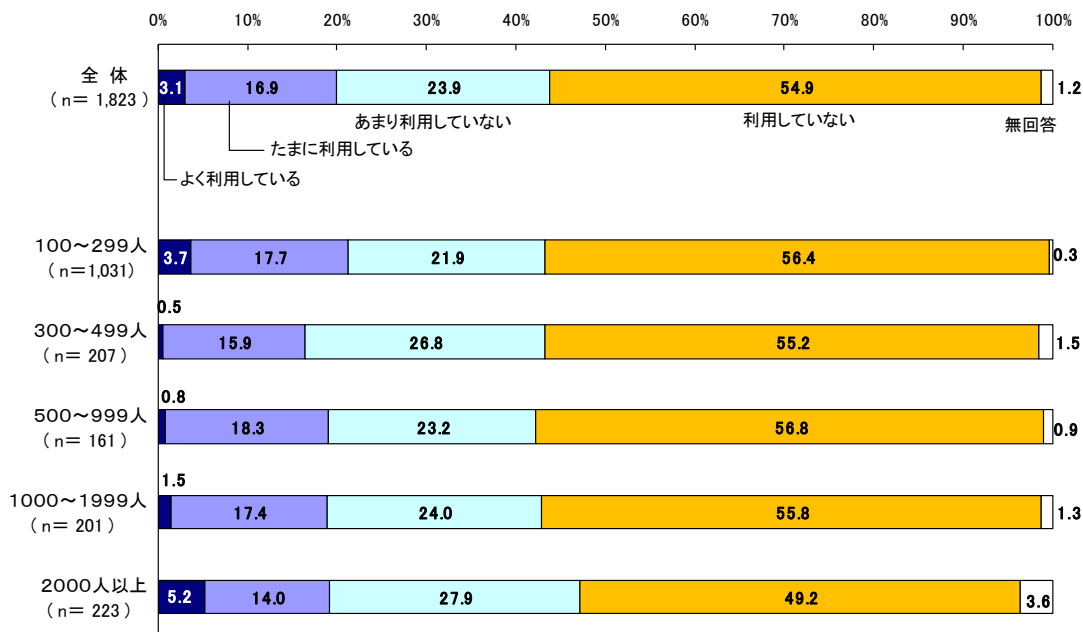
産業別では、「卸売・小売業」及び「サービス業・その他(計)」で合計が20%を超える(図表1-30参照)。

また、従業者規模別では、「100人～299人」の規模の企業で合計が21.4%と最も多く、500人以上の規模の企業は、いずれも19%程度となっている(図表1-31参照)。

図表 1-30 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21年末)



図表 1-31 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21年末)

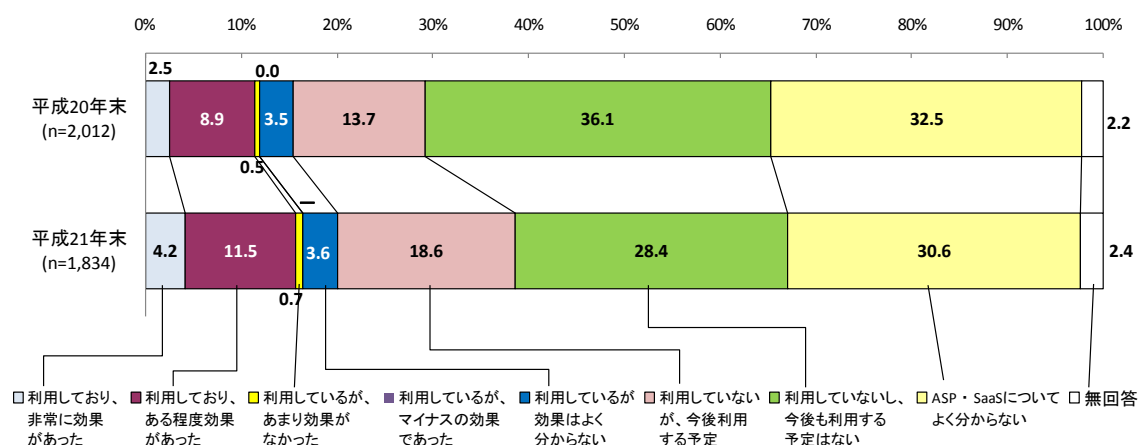


7 ASP・SaaSの利用

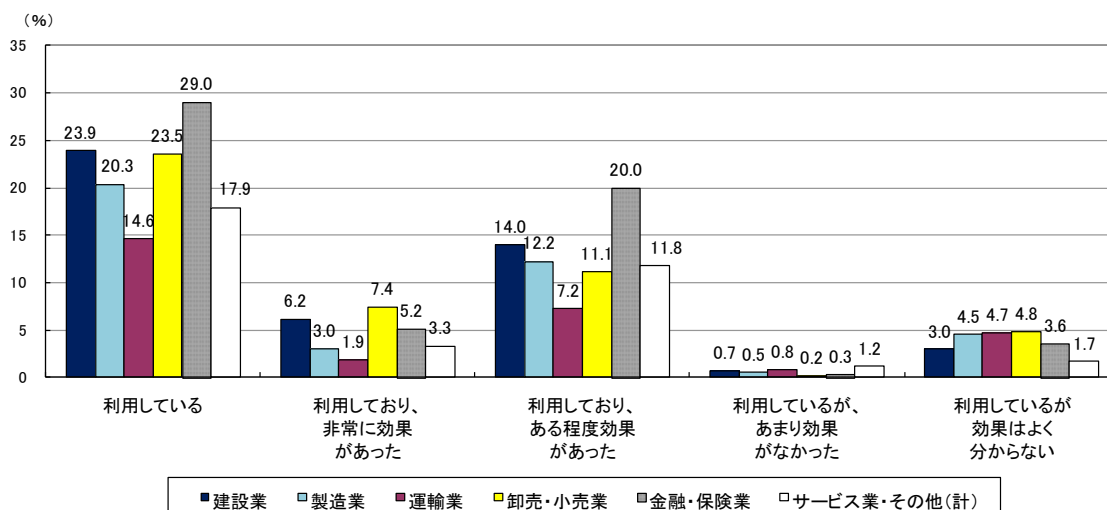
(1) ASP・SaaSの利用率

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 20.0%で、前年より 4.5 ポイント増加した（図表 1-32 参照）。産業別では、「建設業」、「製造業」、「卸売・小売業」及び「金融・保険業」で利用率が高く、いずれも 20%以上となっている（図表 1-33 参照）。

図表 1-32 ASP・SaaSの利用状況



図表 1-33 産業別 ASP・SaaS の利用状況 (平成 21年末)



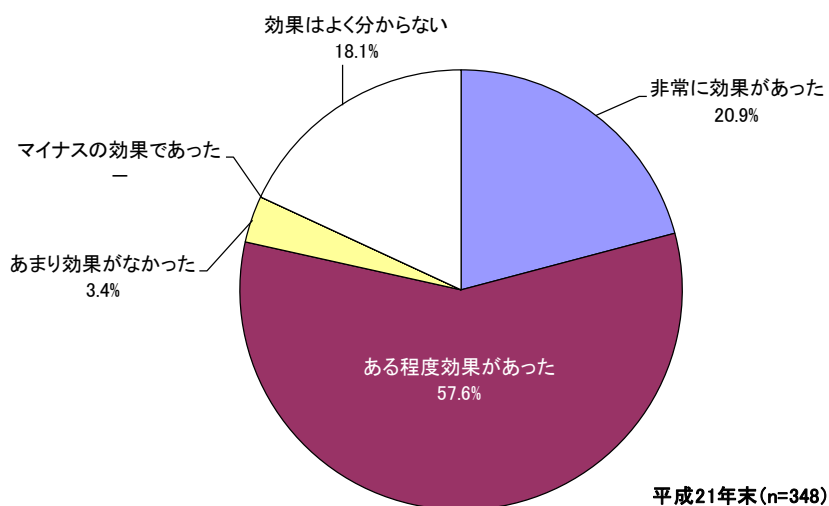
³ ASP:「Application Service Provider」の略。

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20.9%（前年比4.9ポイント増）、「ある程度効果があった」は57.6%（同0.3ポイント減）、両者を合わせると約8割の企業において効果が認められている（図表1-34参照）。

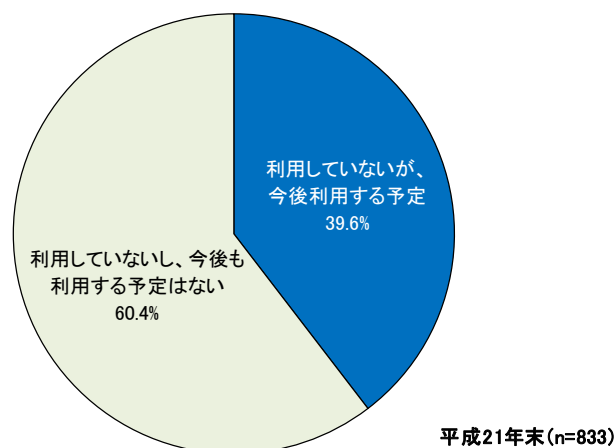
図表 1-34 ASP・SaaSの利用効果の有無



(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39.6%となっており、今後の普及が期待される（図表1-35参照）。

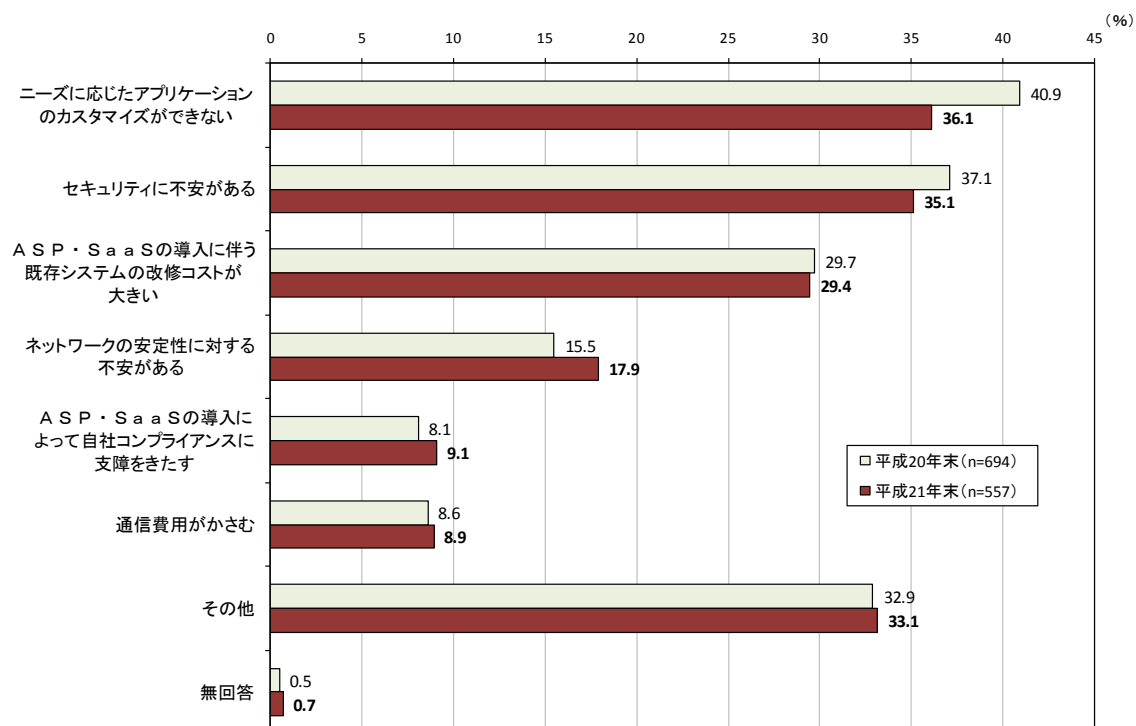
図表 1-35 ASP・SaaSの利用意向



(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36.1%で最も多かった。次いで、「セキュリティに不安がある」(35.1%)、「ASP・SaaS の導入に伴う既存システムの回収コストが大きい」(29.4%) などとなっている(図表1-36 参照)。

図表 1-36 ASP・SaaS を利用しない理由



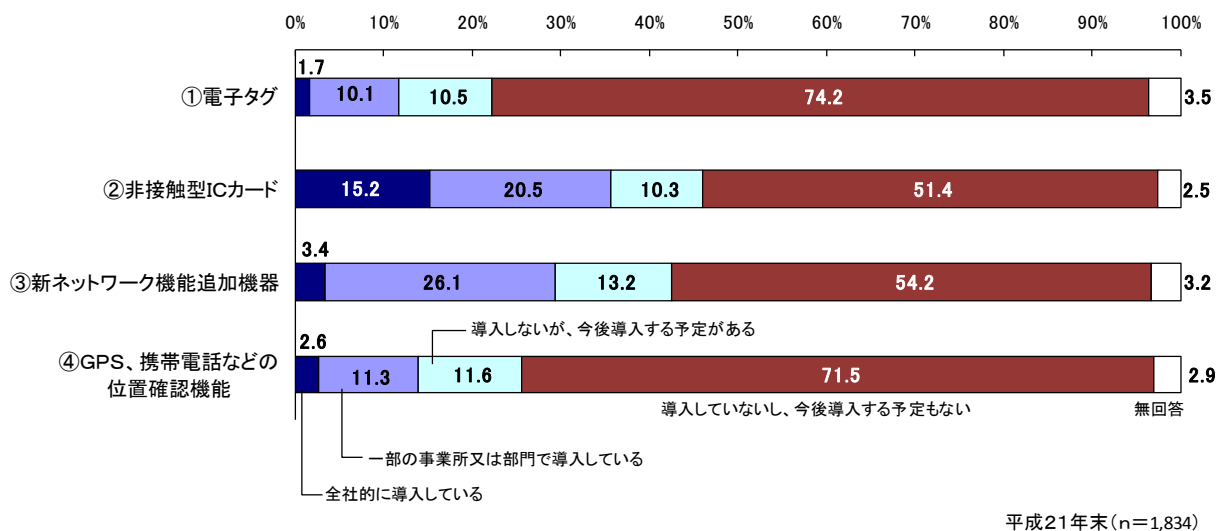
8 ICTを利用したシステムやツールの導入

すべての企業に対し、ICT⁵を利用したシステムやツールの導入状況について尋ねた。ここでいうICTを利用したシステムやツールとは、次の①～④を指している。

- ① 「電子タグ (RFID 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
- ② 「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
- ③ 「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 (以下「新ネットワーク機能追加機器」という。)
- ④ 「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

ICTを利用したシステムやツールとして、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 53.6%を占め、半数を超える企業が導入している (図表 1-38 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 35.8%、次いで「新ネットワーク機能追加機器」(29.4%)、「GPS、携帯電話などの位置確認機能」(14.0%)、「電子タグ」(11.8%) 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 1-37 参照)。

図表 1-37 ICTを利用したシステムやツールの導入状況(平成21年末)

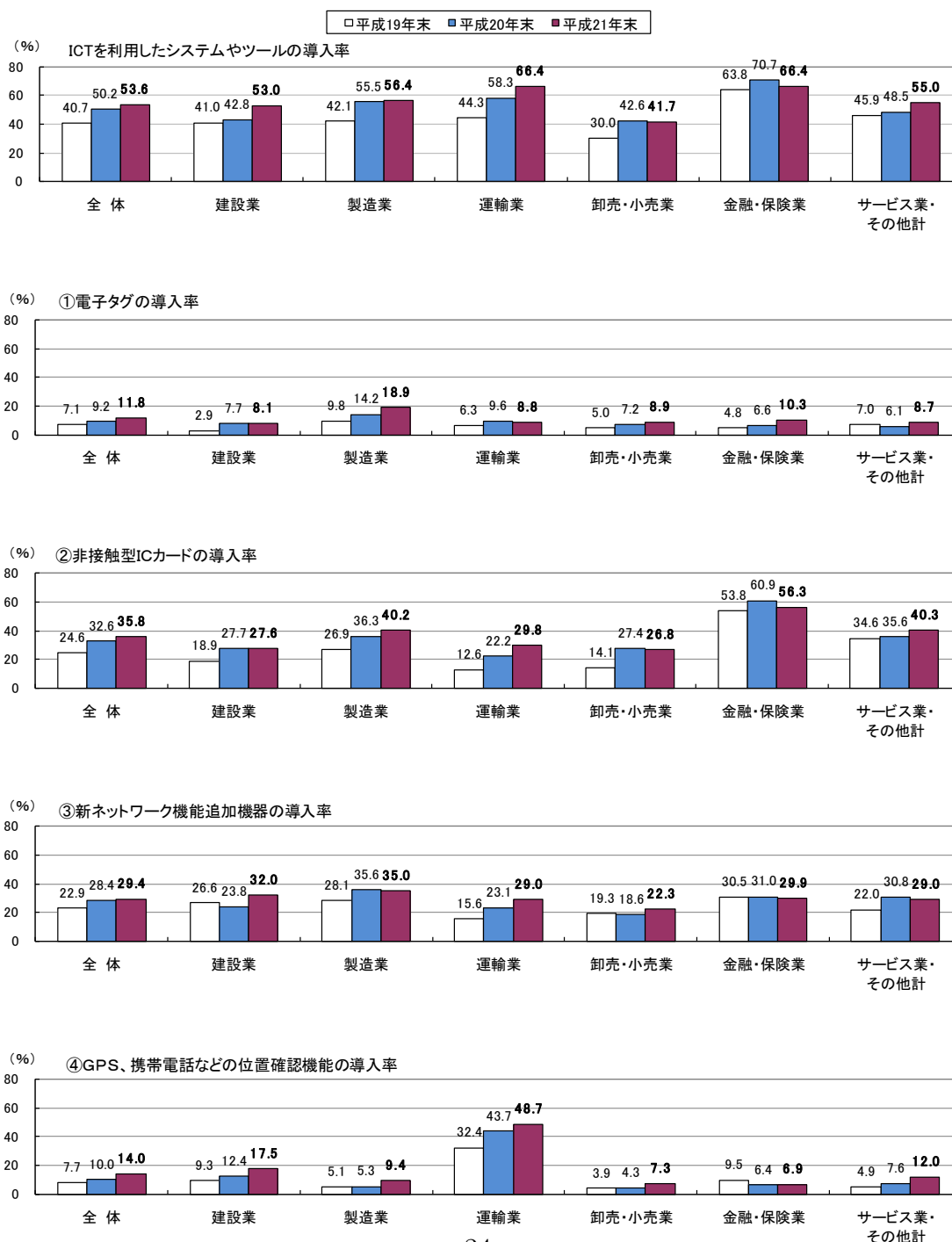


⁵ 「ICT」とは、「Information & Communications Technology」(情報通信技術)の略であり、「IT」と同義。

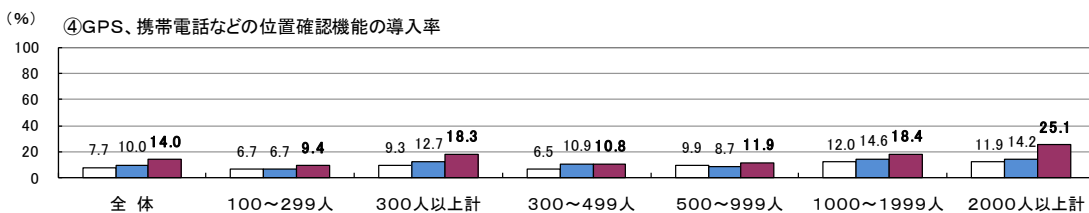
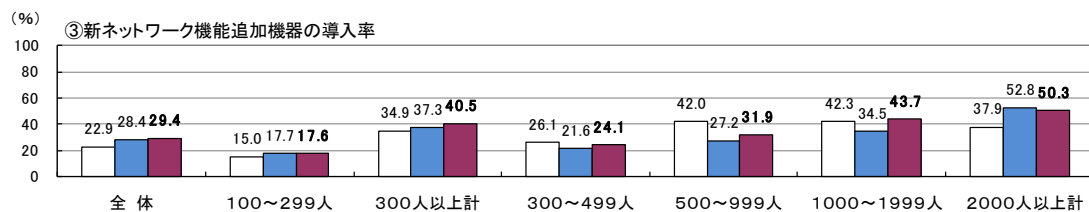
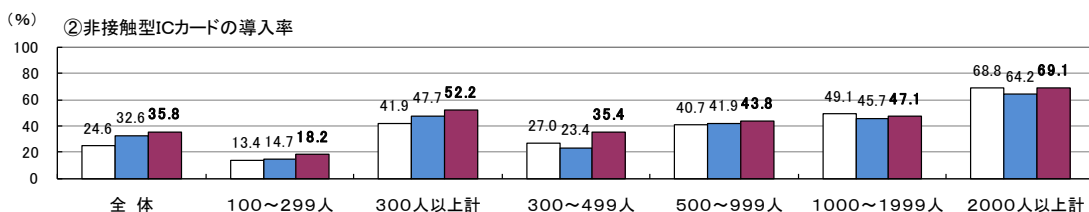
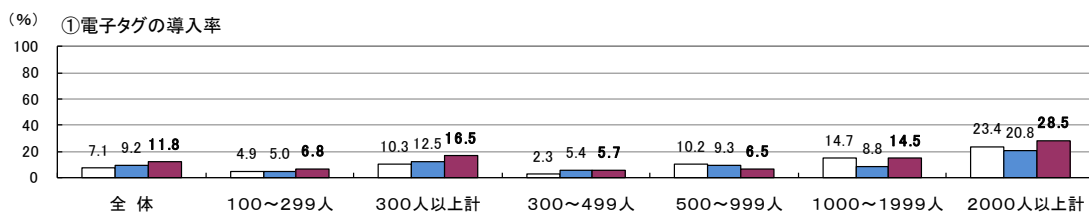
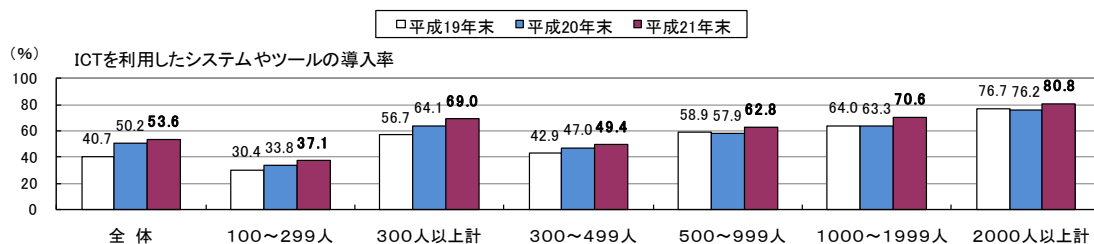
産業別にみると、利用するツールに傾向の違いがみられる。最も普及が進んでいるとみられる「非接触型 IC カード」の場合、情報管理に留意する場面が多い「金融・保険業」で割合が高い。また、「GPS、携帯電話などの位置確認機能」は「運輸業」でとりわけ割合が高いなど、各産業における業務を反映した違いが見受けられる（図表 1-38 参照）。

また、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 1-39 参照）。

図表 1-38 産業別ICTを利用したシステムやツールの導入率の推移



図表 1-39 従業者規模別ICTを利用したシステムやツールの導入率の推移



9 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）。

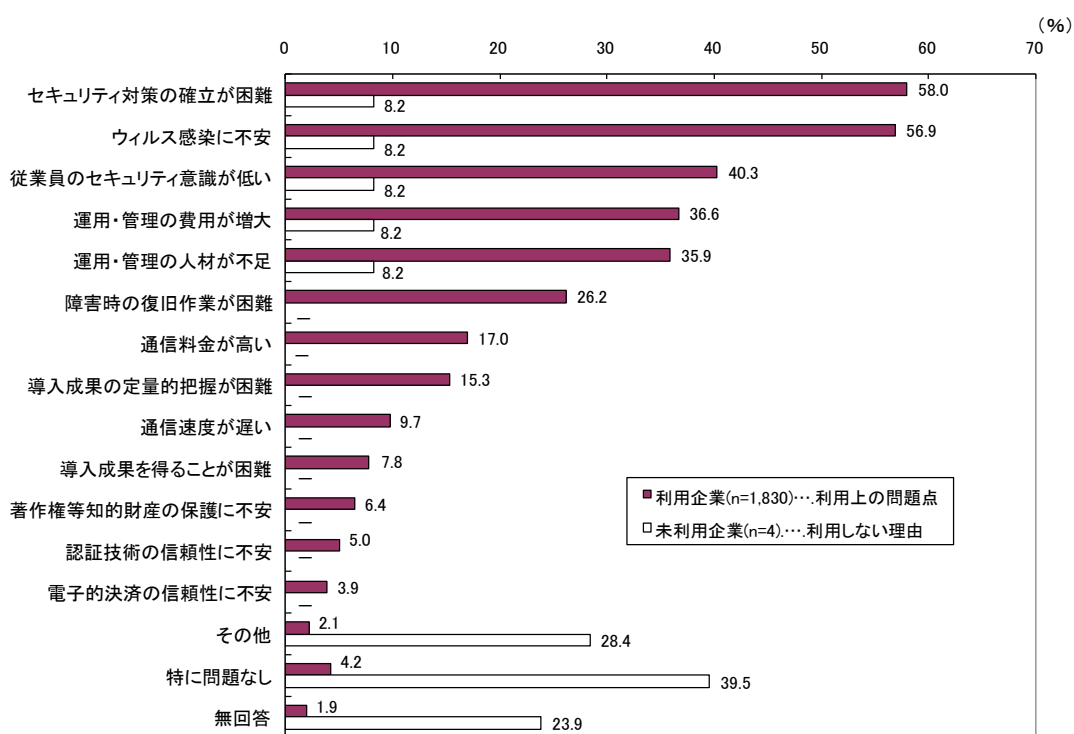
利用企業

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」（58.0%）である。次いで「ウイルス感染に不安」（56.9%）、「従業員のセキュリティ意識が低い」（40.3%）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」（36.6%）、「運用・管理の人材が不足」（35.9%）、「障害時の復旧作業が困難」（26.2%）を挙げる企業が多く、安全性、人材、コスト、運用管理の面についても問題意識が高い（図表 1-40 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4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は、「セキュリティ対策の確立が困難」をはじめとする利用企業が挙げた問題点の上位5位までが利用を妨げる要因である様子が見えてくる（図表 1-40 参照）。

図表 1-40 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」及び「ウィルス感染に不安」の2項目が全て上位2位に挙がっているほか、「従業員のセキュリティ意識が低い」も上位3位に多数挙がっていることから、セキュリティに対する不安が最大の問題となっていることがわかる（図表 1-41 参照）。

図表 1-41 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 21 年末)

単位: %

		n	1位	2位	3位	4位	5位
【全体】		1,834	セキュリティ対策の確立が困難 57.9	ウィルス感染に不安 56.8	従業員のセキュリティ意識が低い 40.2	運用・管理の費用が増大 36.6	運用・管理の人材が不足 35.9
インターネット利用状況	全社的に利用	1,545	セキュリティ対策の確立が困難 59.1	ウィルス感染に不安 57.6	従業員のセキュリティ意識が低い 40.9	運用・管理の費用が増大 38.4	運用・管理の人材が不足 36.8
	一部の事業所又は部門で利用	278	ウィルス感染に不安 53.7	セキュリティ対策の確立が困難 52.2	従業員のセキュリティ意識が低い 37.3	運用・管理の人材が不足 30.6	運用・管理の費用が増大 25.3
産業	建設業	228	セキュリティ対策の確立が困難 66.6	ウィルス感染に不安 63.5	従業員のセキュリティ意識が低い 50.2	運用・管理の人材が不足 41.3	運用・管理の費用が増大 38.2
	製造業	380	セキュリティ対策の確立が困難 57.6	ウィルス感染に不安 55.9	従業員のセキュリティ意識が低い 37.5	運用・管理の人材が不足 37.0	運用・管理の費用が増大 34.7
	運輸・通信業	233	ウィルス感染に不安 55.9	セキュリティ対策の確立が困難 52.4	従業員のセキュリティ意識が低い 46.2	運用・管理の人材が不足 37.8	運用・管理の費用が増大 35.5
	卸売・小売業	331	ウィルス感染に不安 59.6	セキュリティ対策の確立が困難 58.4	従業員のセキュリティ意識が低い 45.6	運用・管理の人材が不足 32.7	運用・管理の費用が増大 29.3
	金融・保険業	169	セキュリティ対策の確立が困難 65.1	ウィルス感染に不安 55.0	運用・管理の費用が増大 38.0	運用・管理の人材が不足 31.9	従業員のセキュリティ意識が低い 24.9
	サービス業・その他(計)	493	セキュリティ対策の確立が困難 57.9	ウィルス感染に不安 55.1	運用・管理の費用が増大 43.6	従業員のセキュリティ意識が低い 36.4	運用・管理の人材が不足 35.8
従業員規模	100~299人未満	1,040	ウィルス感染に不安 59.0	セキュリティ対策の確立が困難 54.7	従業員のセキュリティ意識が低い 41.2	運用・管理の人材が不足 37.5	運用・管理の費用が増大 31.0
	300人以上	794	セキュリティ対策の確立が困難 60.9	ウィルス感染に不安 54.8	運用・管理の費用が増大 41.9	従業員のセキュリティ意識が低い 39.3	運用・管理の人材が不足 34.3
	300~499人	209	セキュリティ対策の確立が困難 64.7	ウィルス感染に不安 48.2	従業員のセキュリティ意識が低い 41.2	運用・管理の人材が不足 32.0	運用・管理の費用が増大 31.0
	500~999人	161	セキュリティ対策の確立が困難 70.8	ウィルス感染に不安 56.9	従業員のセキュリティ意識が低い 49.6	運用・管理の費用が増大 43.8	運用・管理の人材が不足 37.7
	1000~1999人	201	ウィルス感染に不安 60.9	セキュリティ対策の確立が困難 54.9	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 41.7	運用・管理の人材が不足 37.2
	2000人以上	223	セキュリティ対策の確立が困難 59.3	ウィルス感染に不安 52.1	運用・管理の費用が増大 46.6	運用・管理の人材が不足 31.4	従業員のセキュリティ意識が低い 31.3

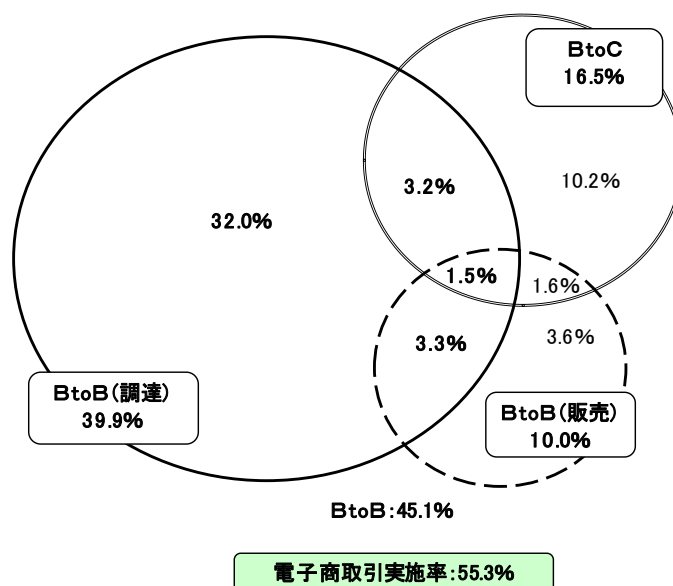
第2章 電子商取引

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⁶）の導入状況を尋ねた。

平成21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55.3%（前年比4.7ポイント増）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39.9%、企業への販売（B to B（販売））を実施している企業が10.0%で、調達と販売のいずれかを行っている企業（BtoB実施率）は45.1%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16.5%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（32.0%）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（10.2%）となっている（図表2-1参照）。

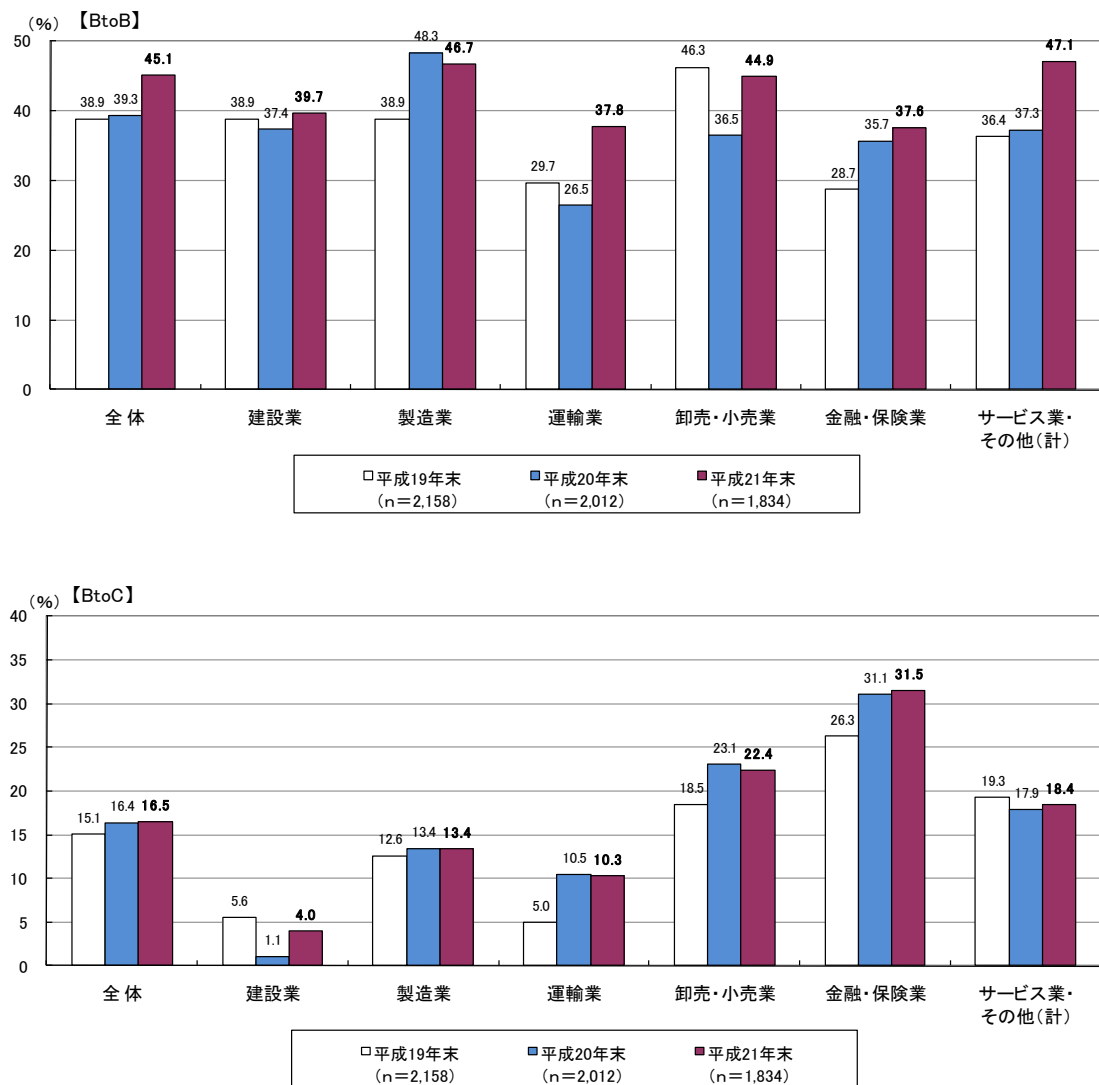
図表 2-1 電子商取引の構造(平成21年末)



⁶ 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」ではいずれも前年より増加している。B to Bの場合、特に「サービス業・その他（計）」及び「運輸業」では10ポイント以上増えており、増加が目立つ。B to Cの場合、「金融・保険業」が31.5%と最も高い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 の実施率の推移



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、「20%以上」が最多で19.8%を占め、以下、「1%未満」（18.6%）、「1～2%未満」（14.1%）となっており、無回答を除く電子販売率の平均は前年より0.3ポイント増の13.8%となった（図表2-3参照）。

産業別にみると、「運輸業」及び「卸売・小売業」を除く全産業で「20%以上」が最も多くを占めた（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	
平成21年末	376	18.6	14.1	2.5	2.7	7.6	9.7	19.8	10.7	4.1	1.6	3.5	25.1	13.8	

（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21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	376	18.6	14.1	2.5	2.7	7.6	9.7	19.8	10.7	4.1	1.6	3.5	25.1	13.8	
建設業	14	20.7	5.2	-	-	13.1	2.9	23.5	-	23.5	-	-	34.6	18.9	
製造業	85	21.0	7.8	3.8	-	4.5	6.1	24.6	13.2	3.8	3.5	4.1	32.1	16.9	
運輸業	30	17.9	27.0	3.1	7.7	3.8	6.6	17.5	10.5	4.6	-	2.4	16.3	9.9	
卸売・小売業	96	26.2	12.4	1.9	4.5	10.7	7.6	15.9	9.7	1.6	1.4	3.1	20.7	11.0	
金融・保険業	53	11.4	8.6	1.9	3.9	5.8	9.5	18.8	9.5	-	5.7	3.6	40.0	19.3	
サービス業・その他（計）	98	9.1	19.9	2.0	2.4	7.7	15.9	19.6	9.8	6.2	-	3.6	23.5	14.6	

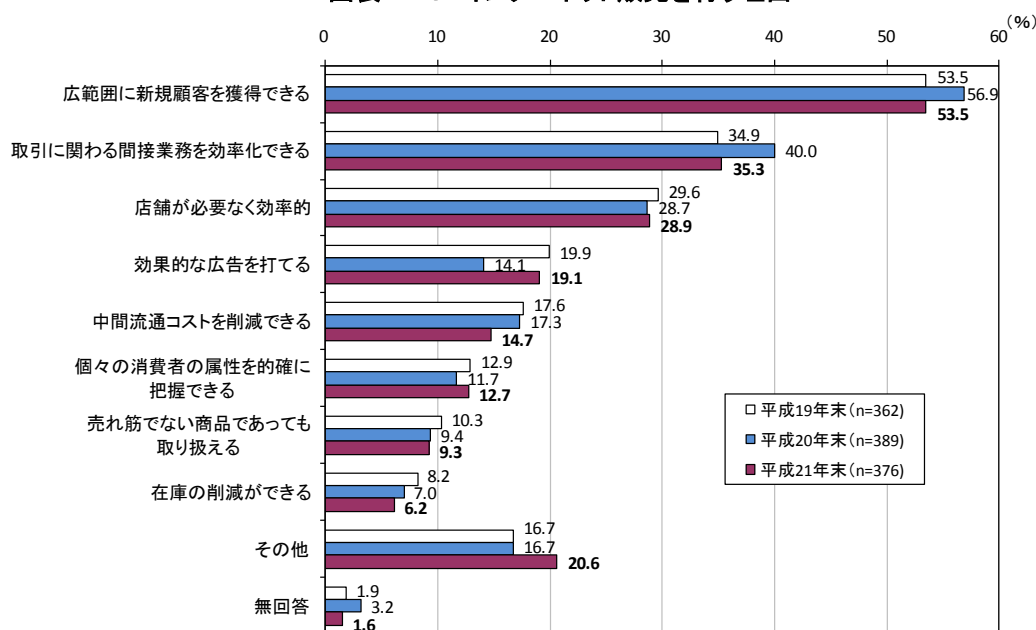
3 インターネット販売を行う理由

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。

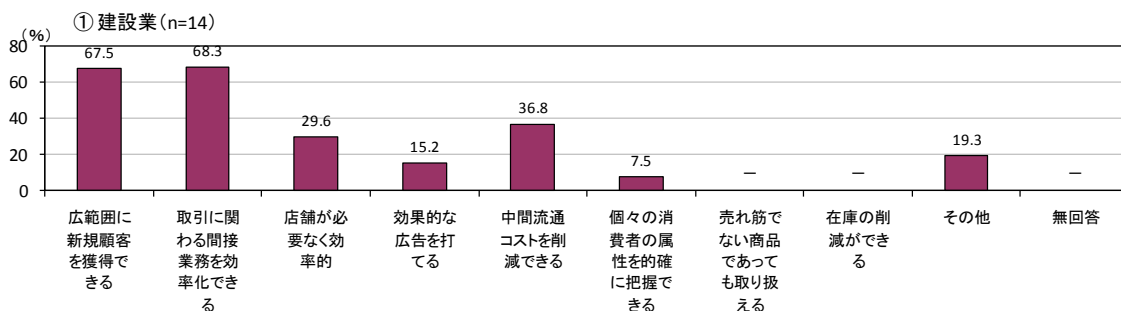
インターネット販売の理由として最も多く挙げられたのは、「広範囲に新規顧客を獲得できる」で 53.5%、次いで「取引に係わる間接業務を効率化できる」が 35.3%、「店舗が必要なく効率的」が 28.9%となっている。また、「効果的な広告を打てる」は 19.1%と前年より 5.0 ポイント上回っていて、企業にとって、新規顧客の獲得及び効率性の向上がメリットとなっている様子が見られる（図表 2-5 参照）。

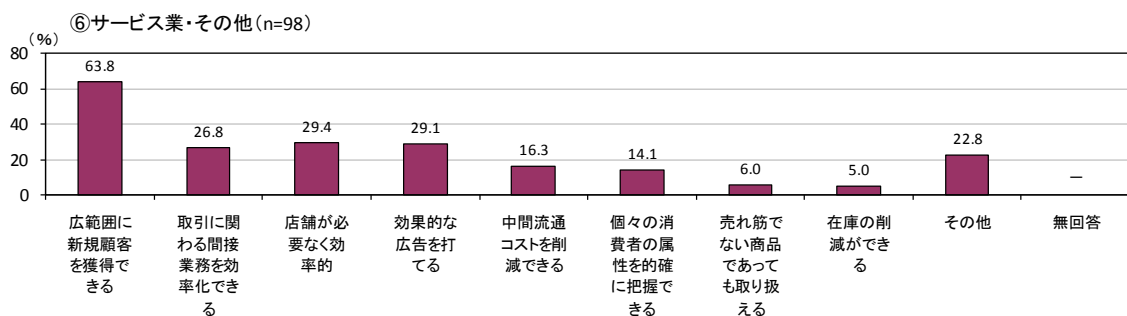
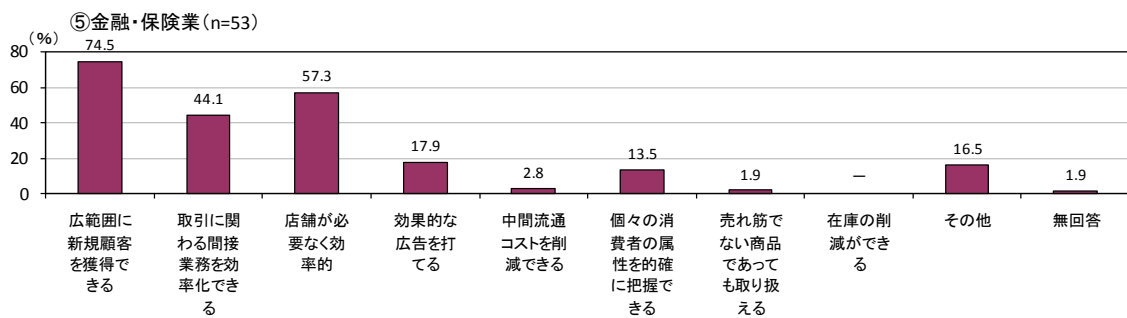
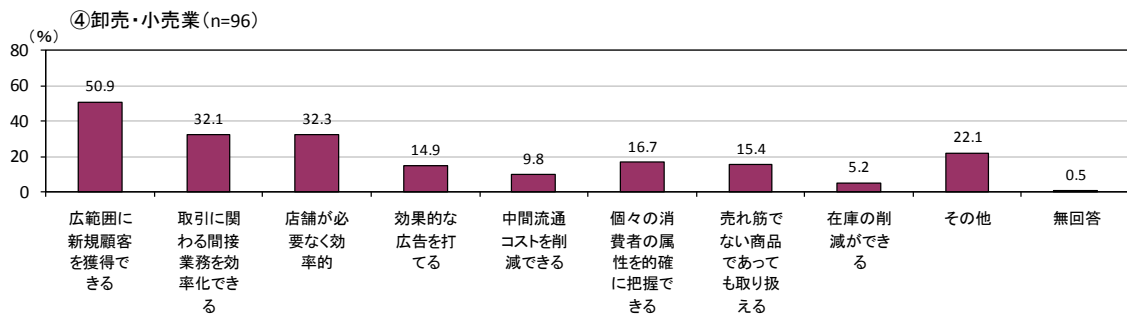
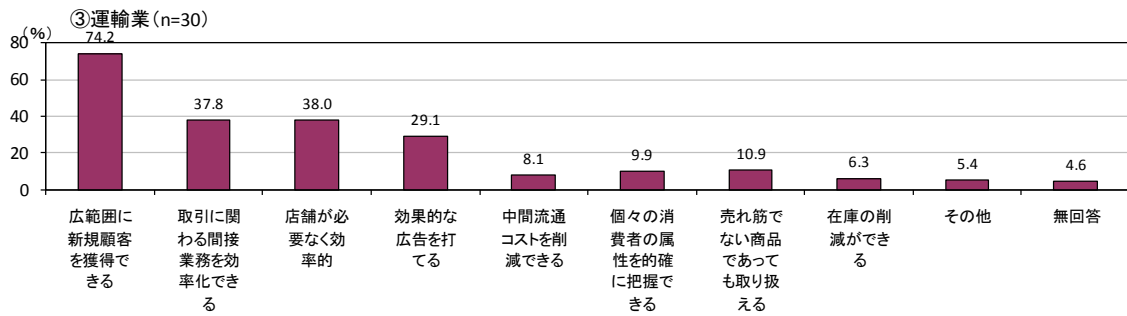
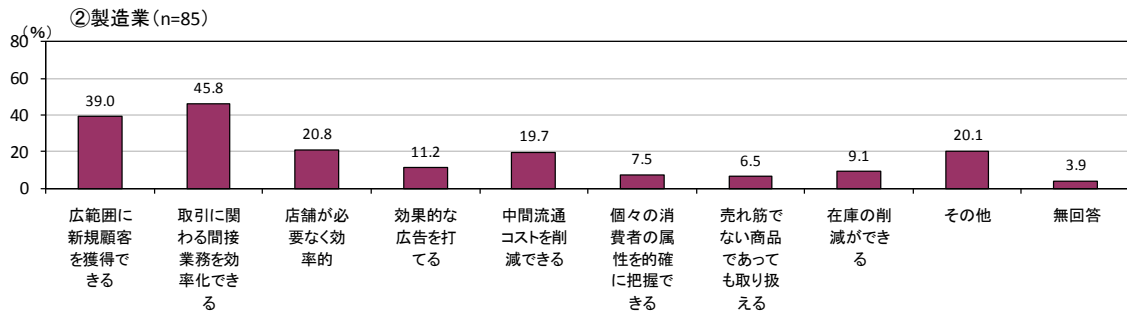
産業別にみると、総じて「広範囲に新規顧客を獲得できる」及び「取引に係わる間接業務を効率化できる」の割合が高いが、「金融・保険業」では「店舗が必要なく効率的」は 57.3%と 5 割を超えている（図表 2-6 参照）。

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 21 年末)





4 インターネットを利用した広告の導入

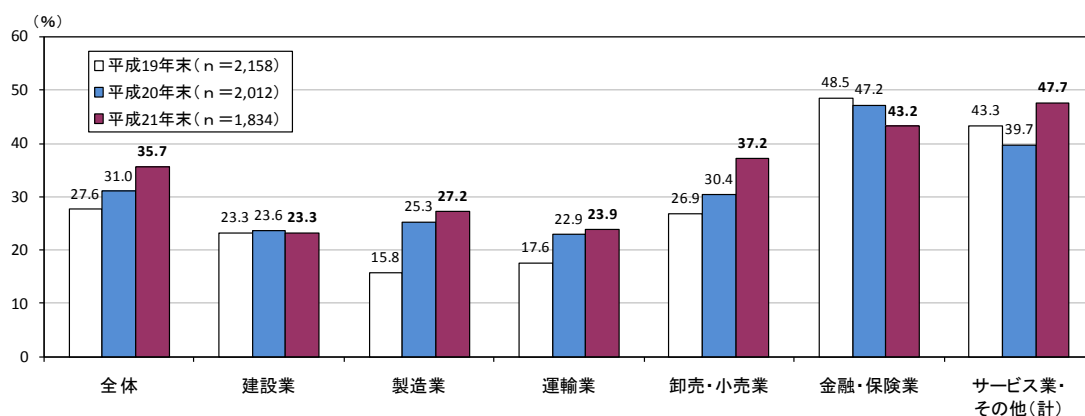
(1) インターネットを利用した広告の導入

インターネットを利用した広告を行う企業は前年より 4.7 ポイント増加の 35.7%となった。産業別には、「サービス業・その他(計)」が 47.7%で最も高く、「金融・保険業」(43.2%)、「卸売・小売業」(37.2%) が全体の平均を超えている(図表 2-7 参照)。

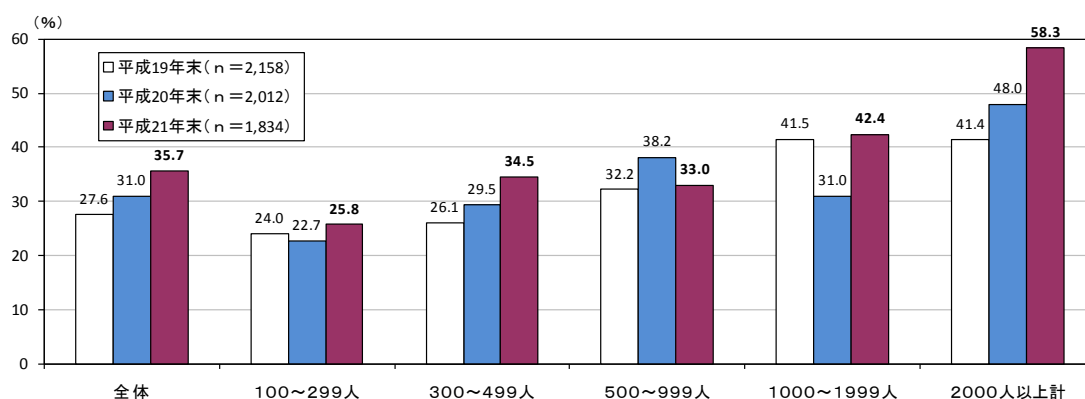
従業者規模別にみると、総じて大企業ほど導入率が高くなる傾向があり、特に「2000人以上計」の企業では 58.3%が導入している(図表 2-8 参照)。

広告の種類では、「バナー広告」が 16.0%と最も導入率が高く、次いで「メールマガジン」(13.3%)、「テキスト広告」(10.6%)、「検索連動型」(7.6%)の順に導入率が高い(図表 2-9 参照)。

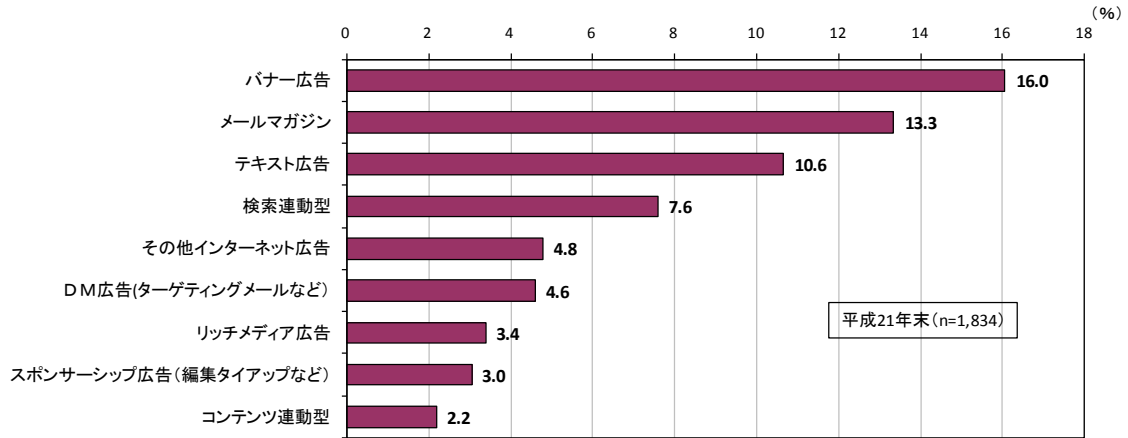
図表 2-7 産業別インターネットを利用した広告の導入率の推移



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

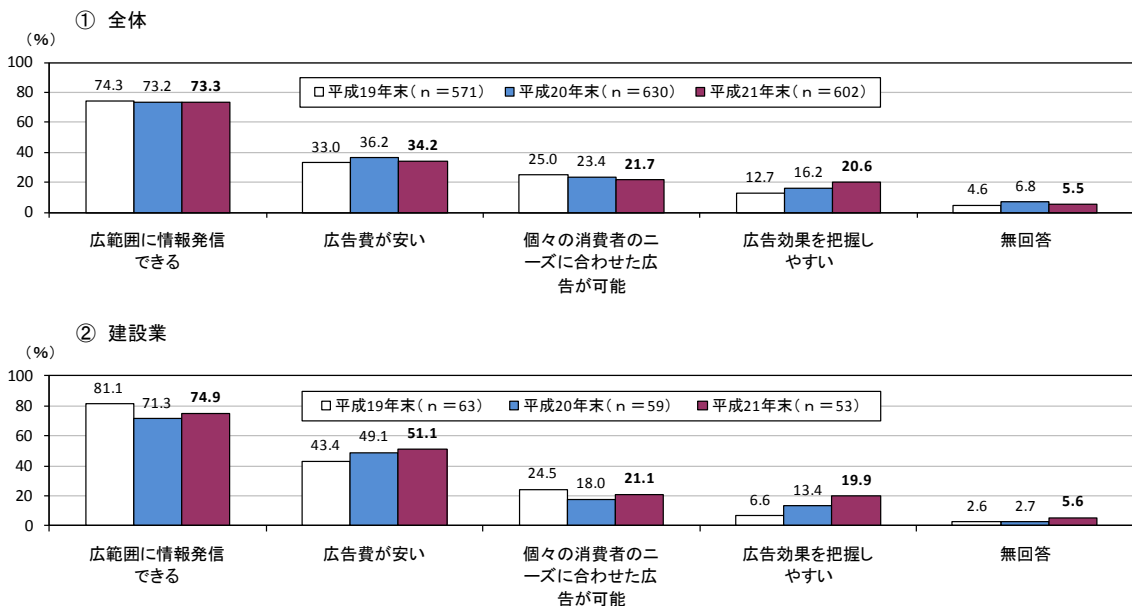


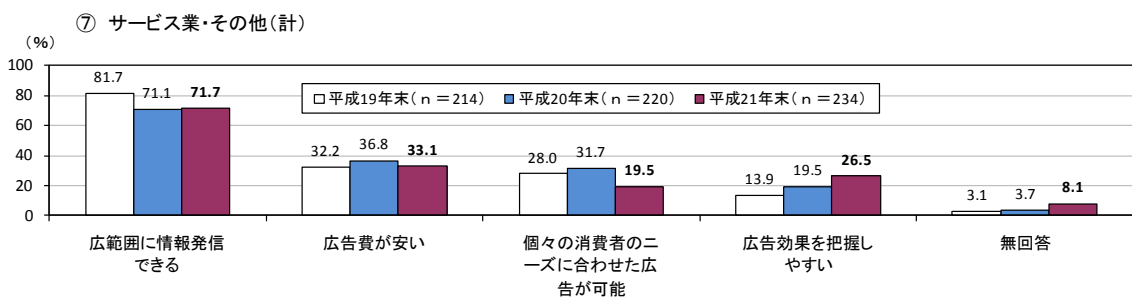
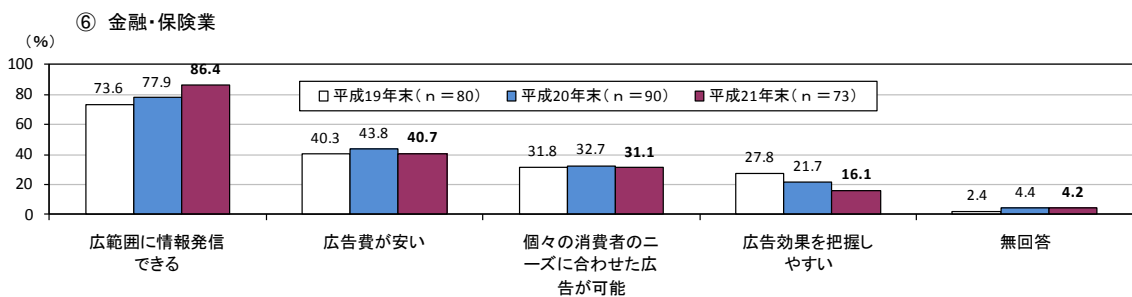
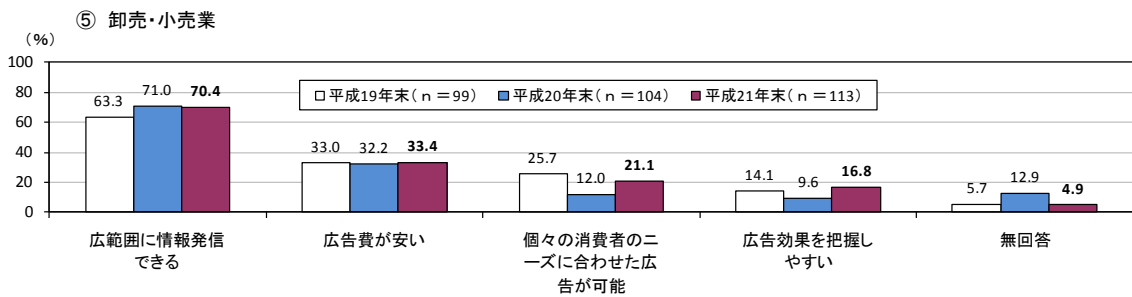
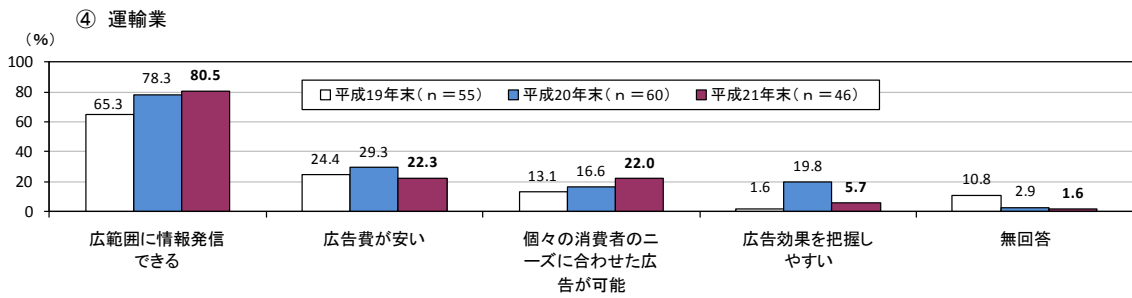
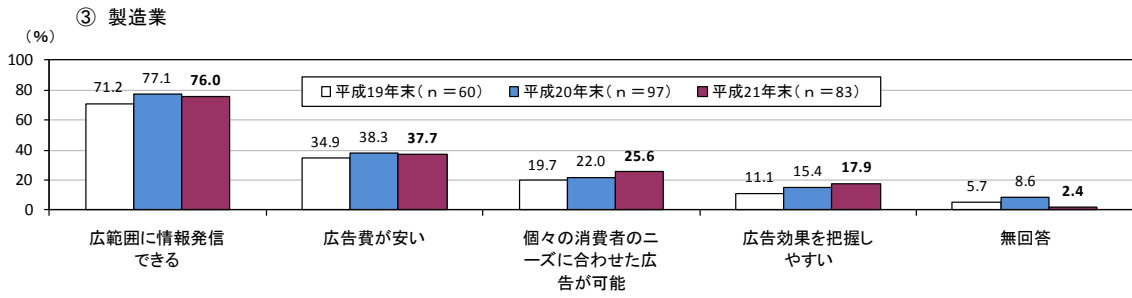
(2) インターネットを利用した広告を行う理由

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、「広範に情報を発信できる」(73.3%)で、次いで「広告費が安い」(34.2%)の順で、この傾向は平成19年末及び20年末と比べて大きな変化はないが、「広告効果を把握しやすい」(20.6%)は年々増えてきており、「個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能」(21.7%)と差がなくなりつつある。

産業別にみても、大きな傾向の違いはないが、「サービス業・その他(計)」では「広告効果を把握しやすい」の割合が「個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能」よりも高く、また、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割合の推移





5 電子商取引の問題点

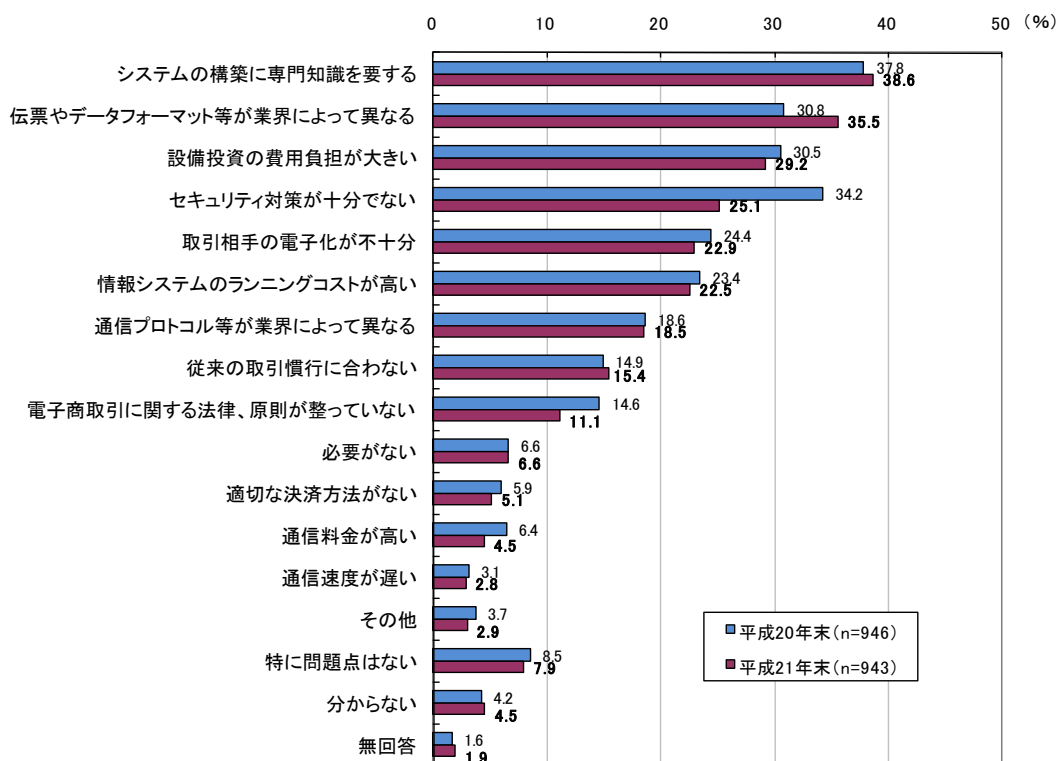
電子商取引を実施している企業に対しては、電子商取引を行っていく上での問題点を、また電子商取引を実施していない企業については、利用を妨げる問題点について尋ねた。

(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」(38.6%)であった。以下、「伝票やデータフォーマット等が業界によって異なる」(35.5%)、「設備投資の費用負担が大きい」(29.2%)、「セキュリティ対策が十分でない」(25.1%)、「取引相手の電子化が不十分」(22.9%)、「情報システムのランニングコストが高い」(22.5%)などの順に割合が高い。

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」が前年より4.7ポイントの増加となっており、企業にとって異なる業界と電子商取引を行う気運が高まるなかで、業界間の整備環境を問題視する様子が見えてくる。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」の割合が微減しているが20%以上と、企業としてシステムの構築及び維持にかかわるコストが相変わらず問題点として意識されている(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



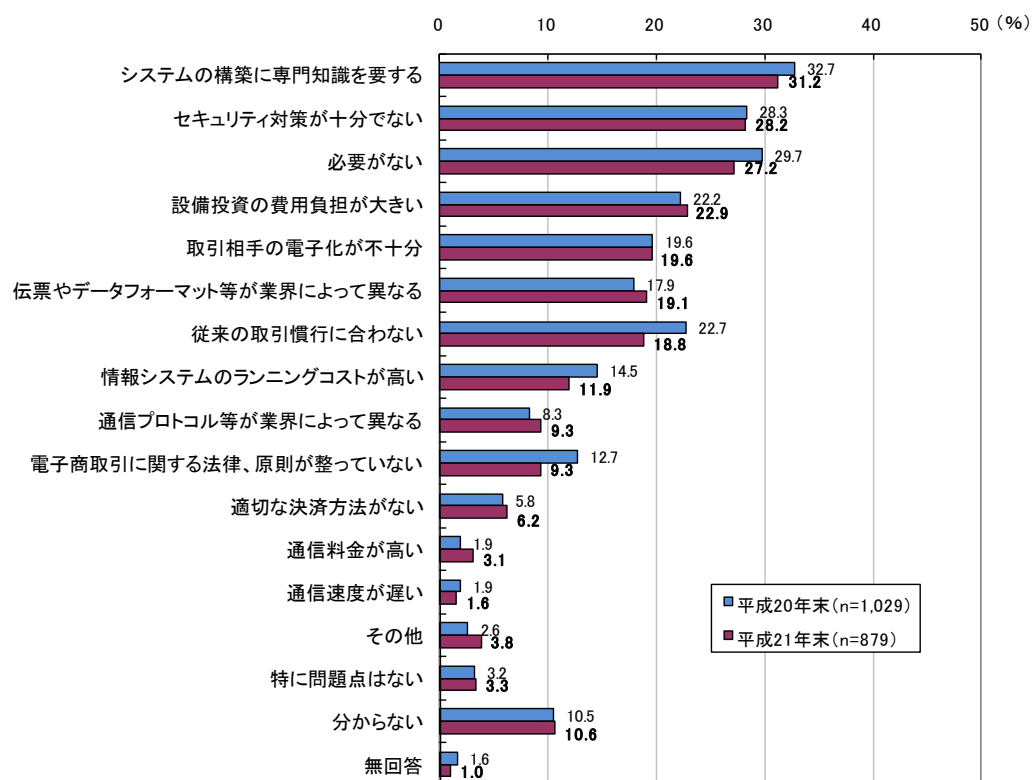
(2) 電子商取引の利用を妨げる問題点

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(31.2%)。次いで「セキュリティ対策が十分でない」(28.2%)、「必要がない」(27.2%)、「設備投資の費用負担が大きい」(22.9%)の順に割合が高い。

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、「必要がない」があり、利用している企業では6.6%で10位に位置しているのに対し、利用していない企業では27.2%で3位に位置している。そして、この認識が利用している企業から見れば「取引相手の電子化が不十分」(22.9%)という問題点に繋がる。

システム構築の知識、安全性、コストに加え、必要性の認識も、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

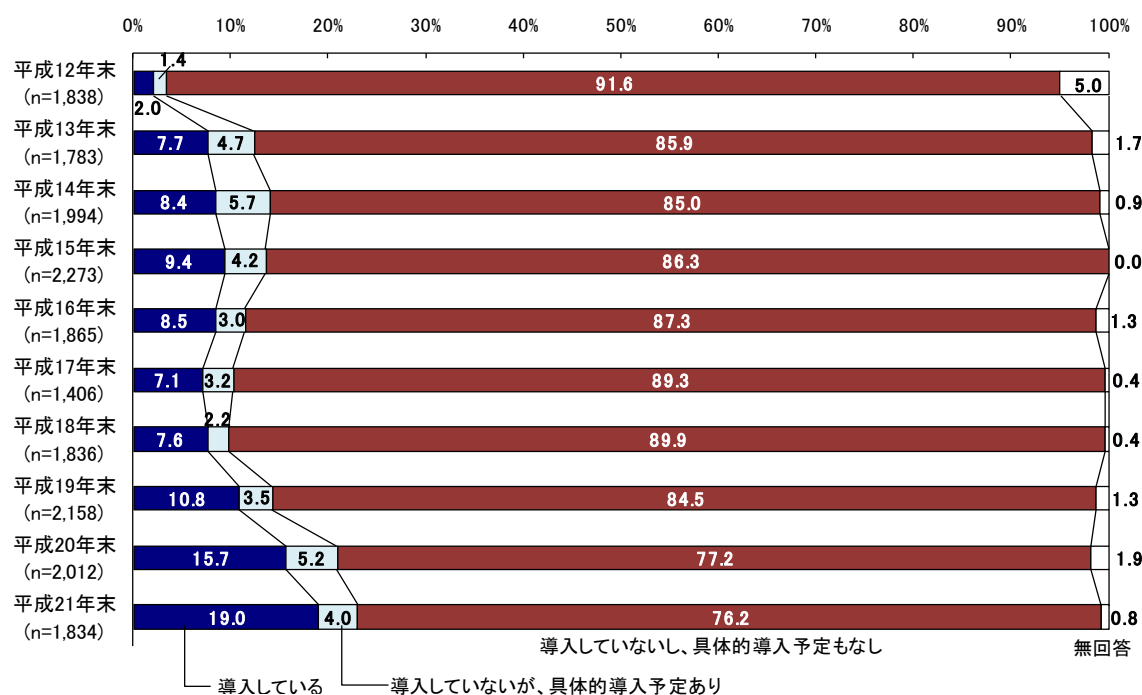
すべての企業に対し、テレワークの導入状況を尋ねたところ、「導入している」が前年より 3.3 ポイント増の 19.0%、「導入していないが、具体的導入予定あり」が 4.0%、「導入していないし、具体的な導入予定もない」が 76.2%であった。

「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 23%で、平成 18 年末(9.8%)から毎年増えて続けていることから、今後も、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）。

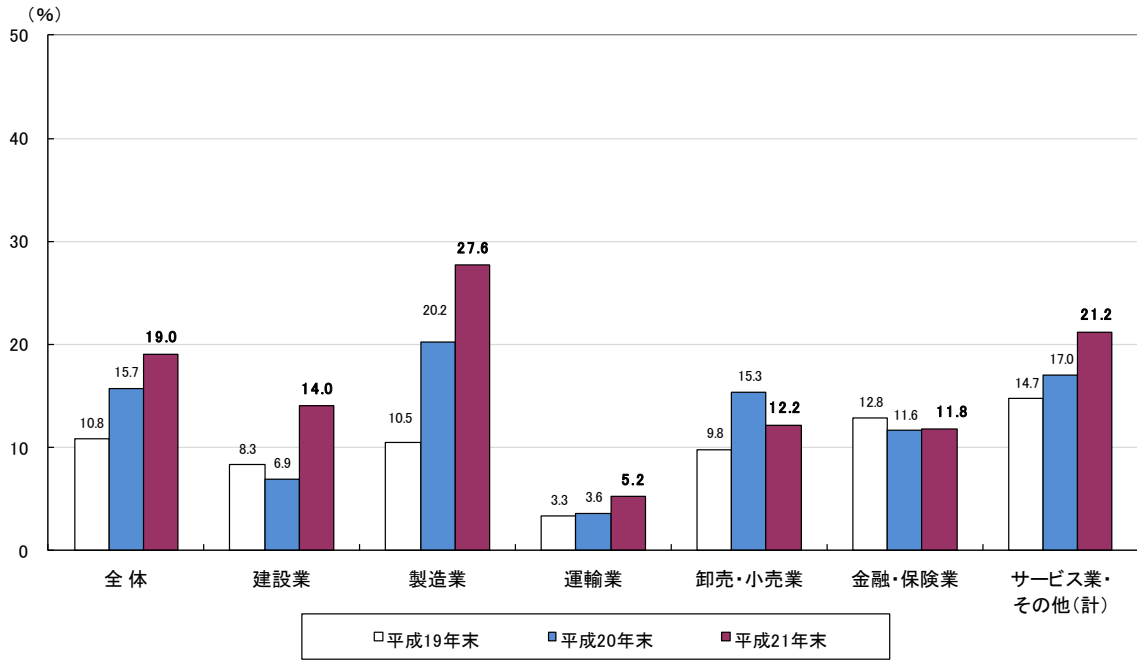
産業別にみると、「製造業」（27.6%）、「サービス業・その他（計）」（21.2%）及び「建設業」（14.0%）で導入率が高く、特に「製造業」及び「建設業」では前年より 7 ポイント強増加している。一方、「運輸業」（5.2%）では導入があまり進んでいない様子がうかがえる（図表 3-2 参照）。

また、従業者規模別にみると、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 3 割を超える（図表 3-3 参照）。

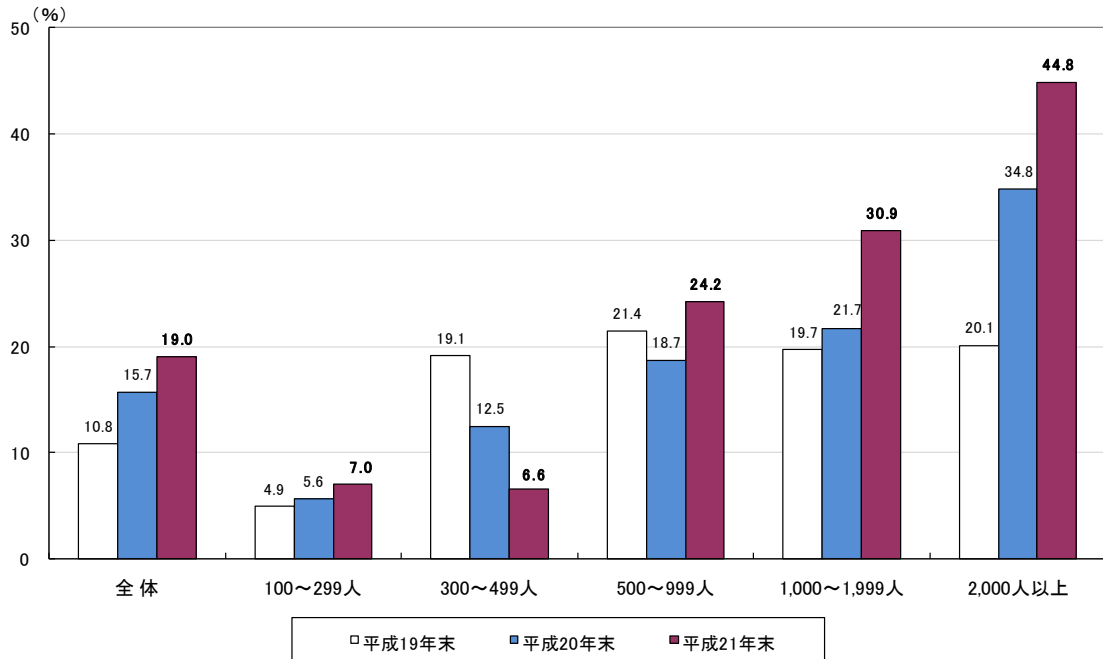
図表 3-1 テレワークの導入状況の推移



図表 3-2 産業別のテレワーク導入率の推移



図表 3-3 従業員規模別のテレワーク導入率の推移

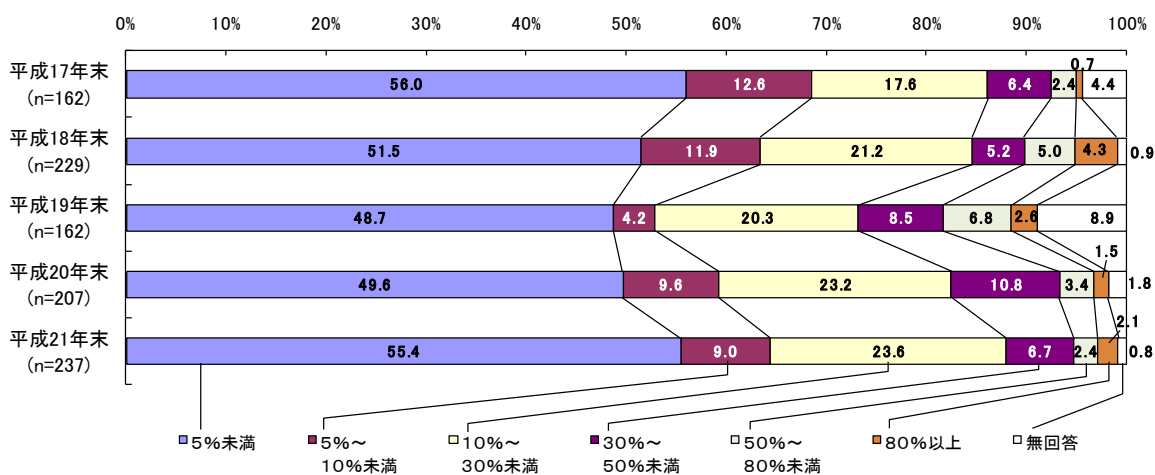


2 テレワークを利用している従業員の割合

テレワークを導入している企業（全体の19.0%）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」の企業が最も高く、およそ半数にあたる 55.4%を占める。次いで「10%～30%未満」の企業が 23.6%、「5%～10%未満」が 9.0%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の推移



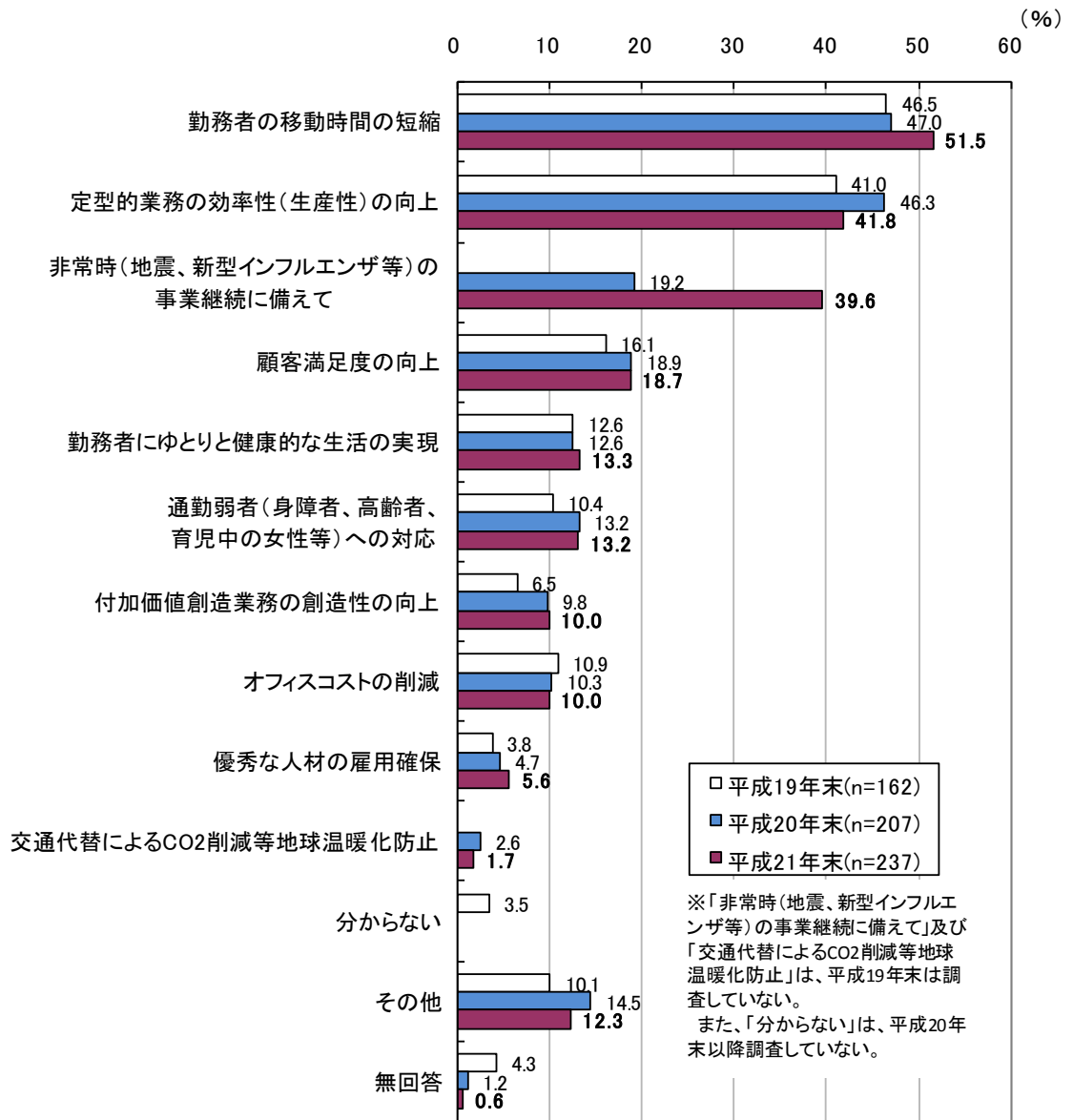
3 テレワークの導入目的

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」(51.5%)、次いで「定型的業務の効率性（生産性）の向上」(41.8%)となった。また、平成20年末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」(39.6%)は、20.4ポイントの大幅増となり、新型インフルエンザの大流行で事業継続に備える企業が目立った。

このほか、「顧客満足度の向上」(18.7%)、「勤務者にゆとりと健康的な生活の実現」(13.3%)、「通勤弱者（身障者、高齢者、育児中の女性等）への対応」(13.2%)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（図表 3-5 参照）。

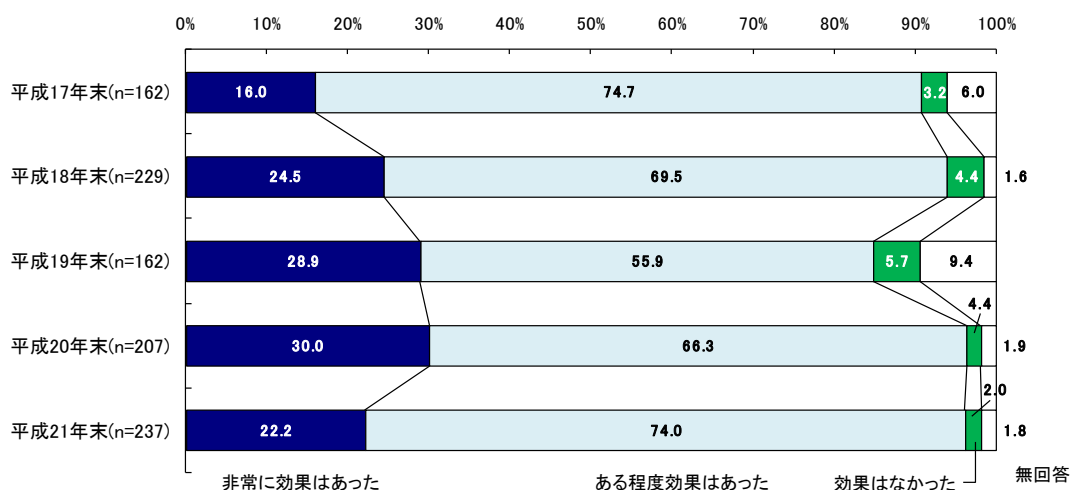
図表 3-5 テレワークの導入目的



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19.0%）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22.2%、「ある程度効果はあった」が74.0%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96.2%を占め、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割合の推移

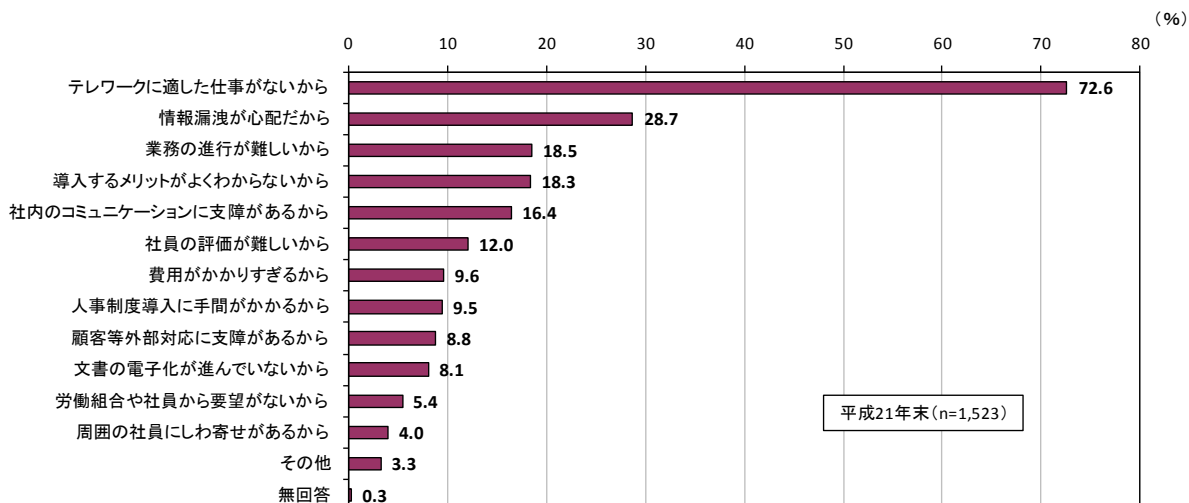


5 テレワークを導入しない理由

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76.2%）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、72.6%と突出して高い。このほか、「情報漏洩が心配だから」（28.7%）、「業務の進行が難しいから」（18.5%）なども挙げられている（図表 3-7 参照）。

図表 3-7 テレワークを導入しない理由



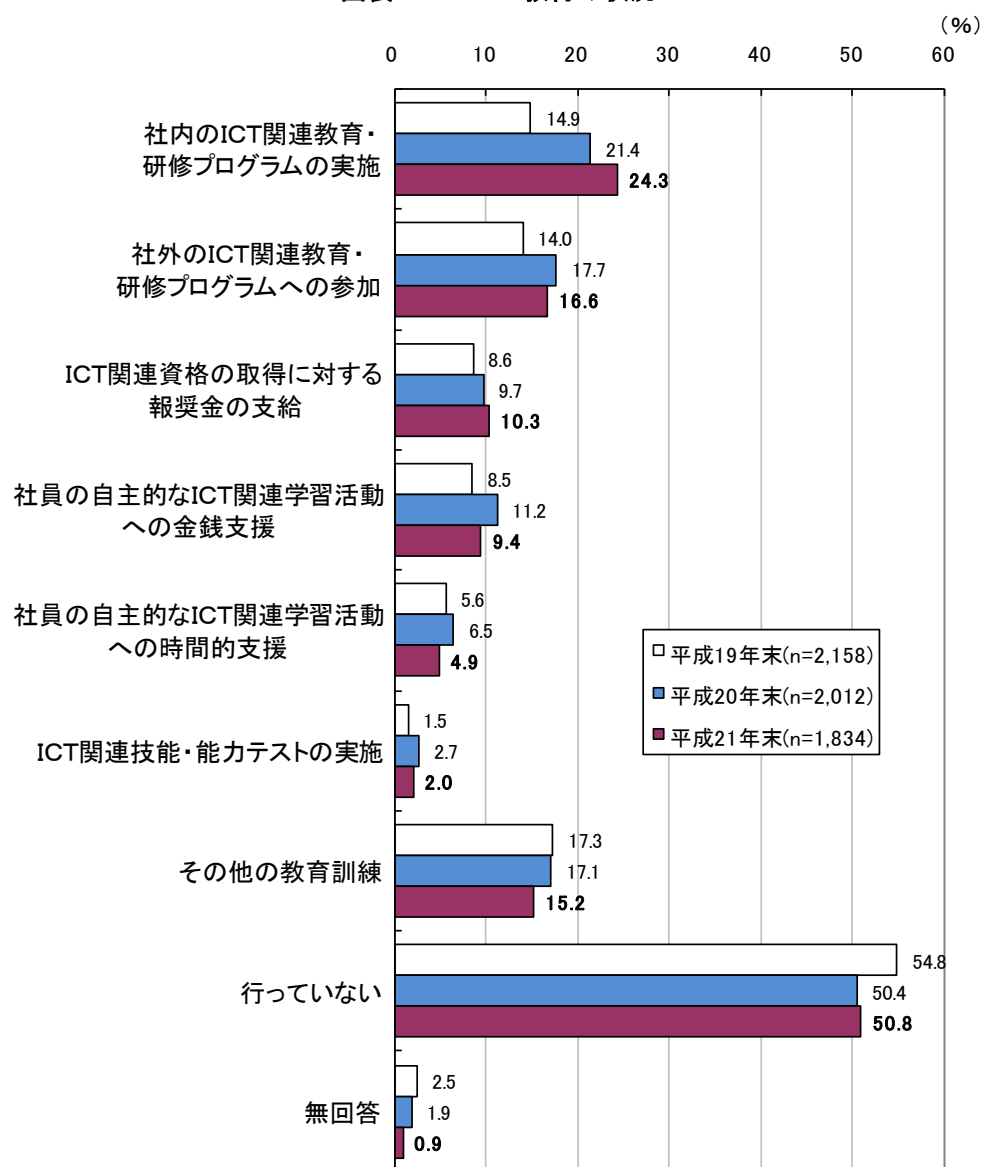
第4章 ICT教育

すべての企業に対して、従業員のために行っているICT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、前年より0.6ポイント増の48.3%となっている。

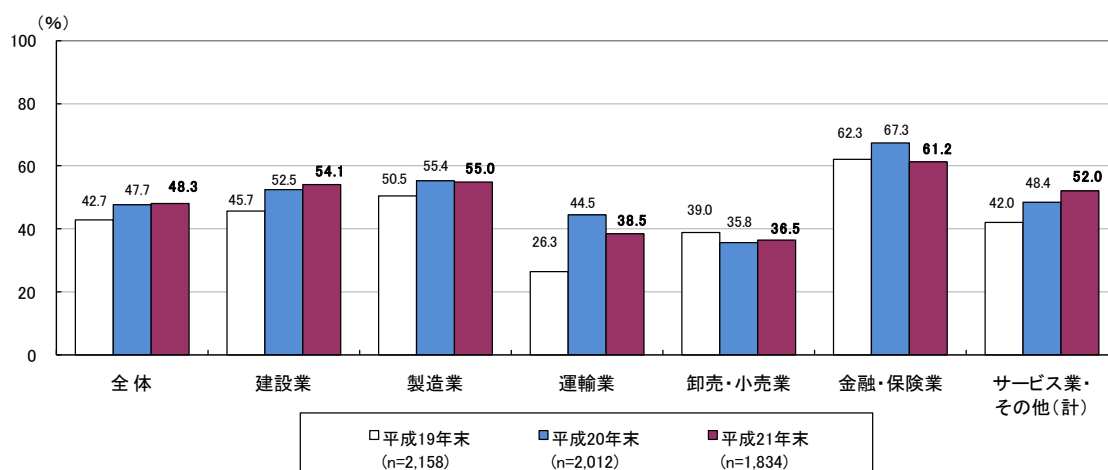
内容をみると、最も多いのは「社内のICT関連教育・研修プログラムへの参加」で24.3%である。次いで「社外のICT関連教育・研修プログラムへの参加」（16.6%）、「ICT関連資格の取得に対する報奨金の支給」（10.3%）、「社員の自主的なICT関連学習活動への金銭支援」（9.4%）が続く（図表4-1参照）。

図表 4-1 ICT教育の状況



産業別にみると、「金融・保険業」(61.2%)、「製造業」(55.0%)、「建設業」(54.1%)及び「サービス業・その他(計)」(52.0%)で実施率が高く、5割を超えている(図表 4-2 参照)。

図表 4-2 産業別ICT教育実施率の推移



第5章 情報通信ネットワークの安全対策

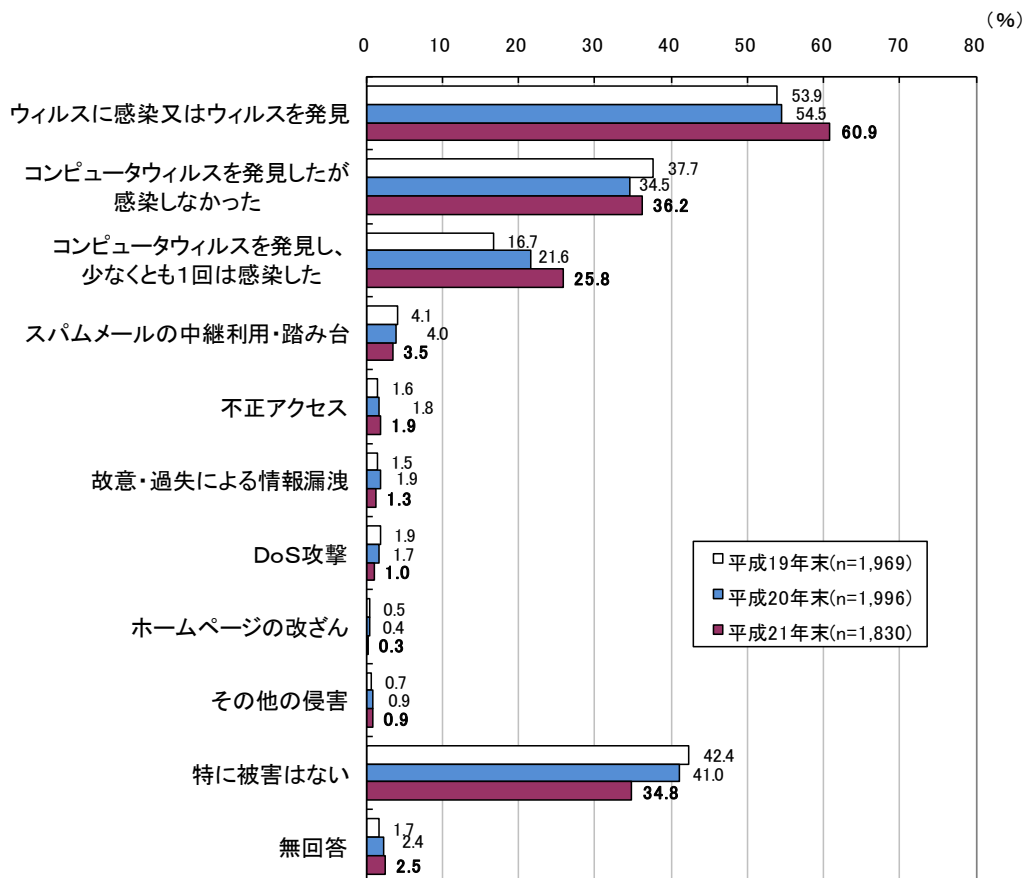
1 情報通信ネットワーク利用で受けた被害

(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62.6%と前年より6.0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、60.9%であった。また、「コンピュータウイルスを発見したが感染しなかった」は36.2%、「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」は25.8%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」(3.5%)、「不正アクセス」(1.9%)、「DoS攻撃」(1.0%)などもみられる（図表5-1参照）。

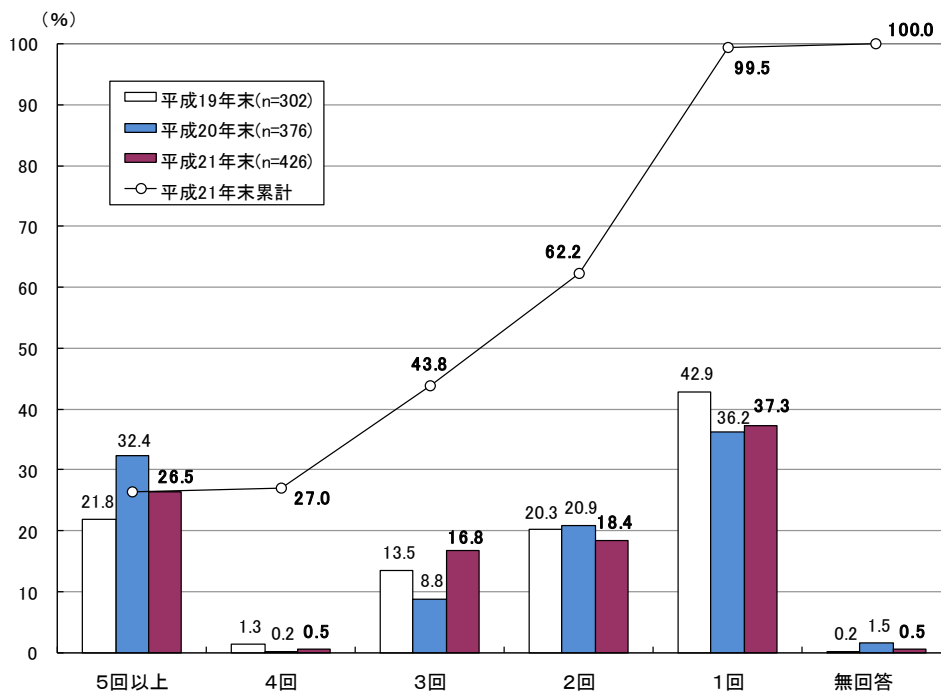
図表 5-1 過去1年間に情報ネットワーク利用で受けた被害



(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 37.3%と前年より 1.1 ポイント増加したが、「5回以上」では 5.9 ポイント減少して 26.5%と感染頻度が減少している（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割合の推移



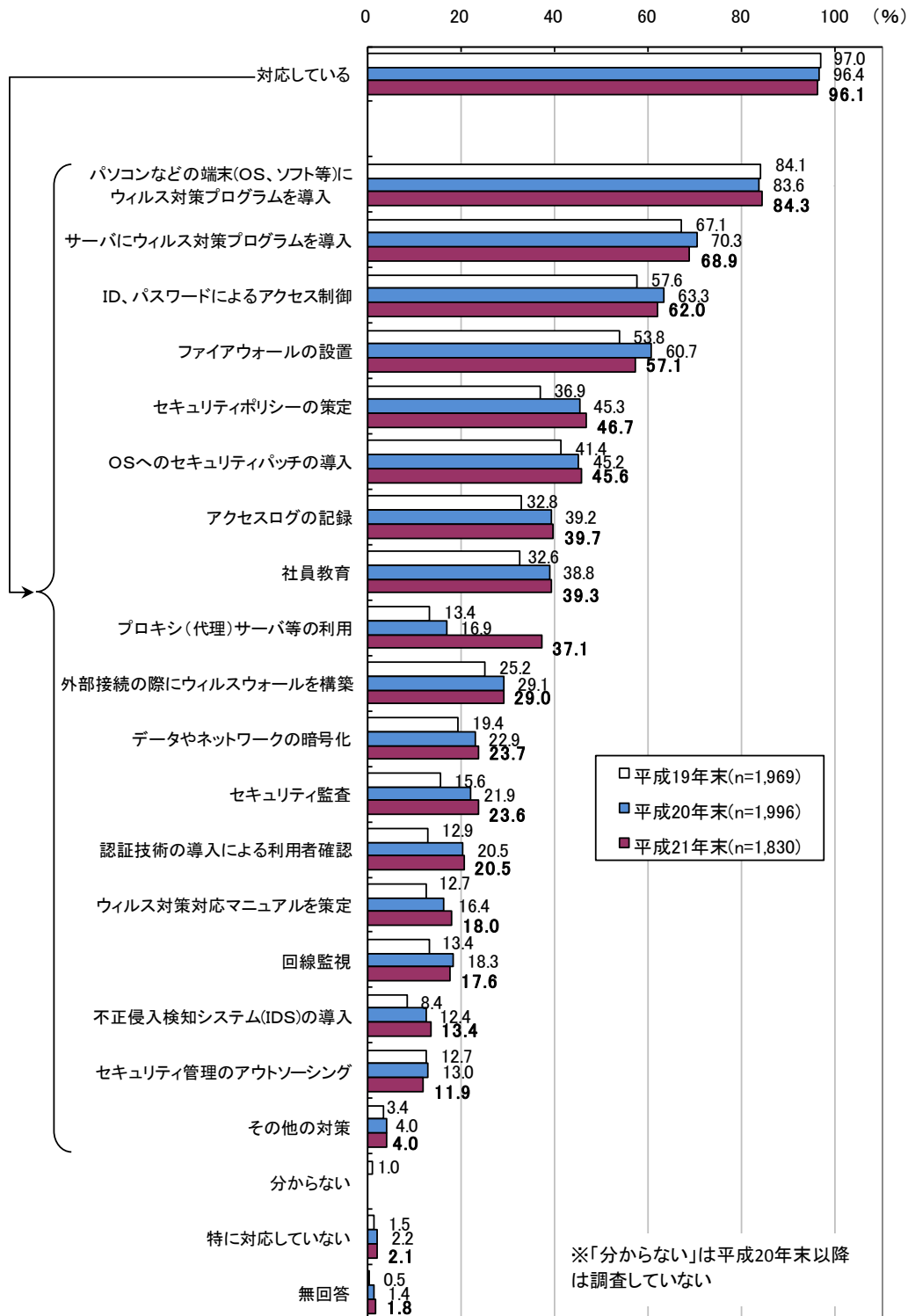
2 データセキュリティへの対応

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「対応している」企業は 96.1%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」（84.3%）、「サーバにウィルス対策プログラムを導入」（68.9%）、「ID、パスワードによるアクセス制御」（62.0%）、「ファイアウォールの設置」（57.1%）の順で実施割合が高い。また、「プロキシ（代理）サーバ等の利用」（37.1%）が前年より 20.2 ポイントの大幅増となった（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 99.4%と最も高い。また、「金融・保険業」では上位 5 位に挙がっている対応のいずれも、各位で最高の実施率となっており、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】	1,830	84.3	68.9	62.0	57.1	46.7	96.1	
産 業	建設業	228	90.9	76.2	63.9	62.3	54.1	97.8
	製造業	379	85.0	73.2	64.3	61.6	51.2	97.4
	運輸業	231	79.0	52.8	50.4	47.9	32.0	92.2
	卸売・小売業	330	82.4	67.0	57.5	54.1	40.8	96.0
	金融・保険業	169	93.2	87.5	81.5	74.2	72.7	99.4
	サービス業・その他(計)	493	85.1	69.6	65.4	56.3	51.9	95.8

3 個人情報保護対策の実施

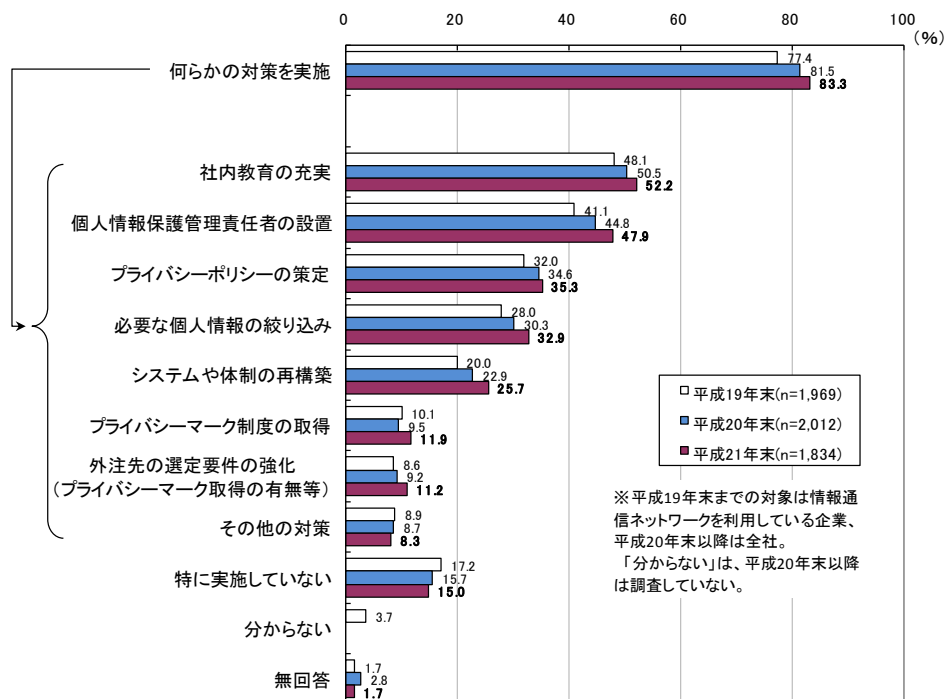
すべての企業に対し、個人情報保護対策の状況を尋ねたところ、何らかの対策を実施している企業は前年より 1.8 ポイント増の 83.3% となり、保護対策を実施する企業は増えている。

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、半数を超える 52.2% が実施している。続いて、「個人情報保護管理責任者の設置」(47.9%)、「プライバシーポリシーの策定」(35.3%)、「必要な個人情報の絞り込み」(32.9%)、「システムや体制の再構築」(25.7%) 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 11.9%、「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 11.2% 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)。

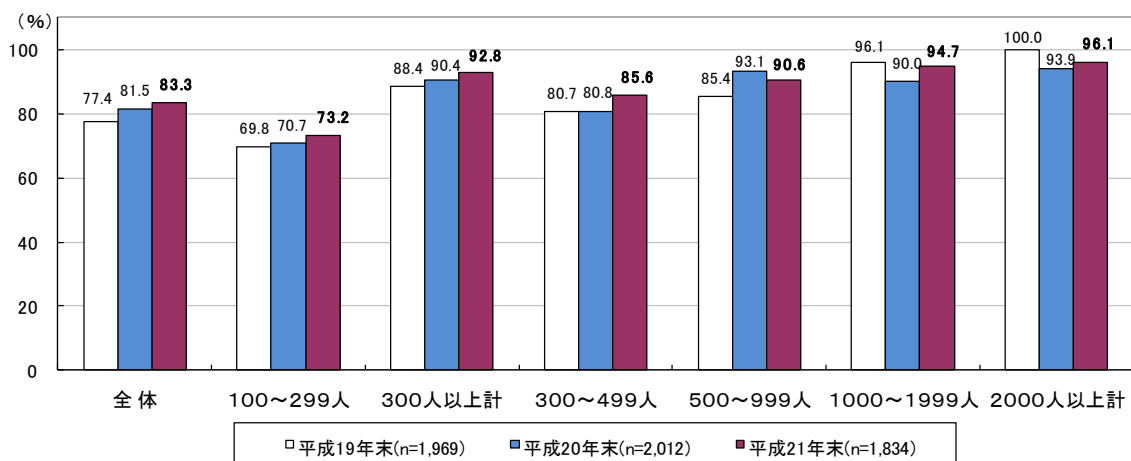
従業員規模別では、総じて大企業ほど実施率が高く、従業員 500 人以上の企業では 9 割を超えている(図表 5-6 参照)。一方で、「100~299 人」規模の企業では 7 割程度の実施率であり、大企業との差異が見られる。

産業別の対策実施率は、「金融・保険業」が 99.4% と 100% に迫り、次いで「サービス業・その他(計)」(89.3%) も「全体」(83.3%) を大きく上回る割合である。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 8 割を超え、「プライバシーポリシーの策定」及び「必要な個人情報の絞り込み」も 5~6 割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の推移



図表 5-7 産業別個人情報保護対策状況(平成 21 年末)

単位: %

		n	1位	2位	3位	4位	5位	対策実施率
【全体】		1,834	社内教育の充実 52.2	個人情報保護管理責任者の設置 47.9	プライバシーポリシーの策定 35.3	必要な個人情報の絞り込み 32.9	システムや体制の再構築 25.7	83.3
産業	建設業	228	社内教育の充実 46.9	個人情報保護管理責任者の設置 44.5	プライバシーポリシーの策定 30.0	必要な個人情報の絞り込み 20.6	特に実施していない 17.7	81.1
	製造業	380	社内教育の充実 50.8	個人情報保護管理責任者の設置 42.6	必要な個人情報の絞り込み 37.0	プライバシーポリシーの策定 30.9	システムや体制の再構築 21.7	79.3
	運輸業	233	社内教育の充実 40.3	個人情報保護管理責任者の設置 34.1	プライバシーポリシーの策定 20.5	システムや体制の再構築 19.6	特に実施していない 19.3	79.5
	卸売・小売業	331	社内教育の充実 44.3	個人情報保護管理責任者の設置 42.9	プライバシーポリシーの策定 32.3	必要な個人情報の絞り込み 30.8	システムや体制の再構築 25.5	81.4
	金融・保険業	169	個人情報保護管理責任者の設置 86.6	社内教育の充実 83.6	プライバシーポリシーの策定 65.1	必要な個人情報の絞り込み 54.4	システムや体制の再構築 48.8	99.4
	サービス業・その他(計)	493	社内教育の充実 62.3	個人情報保護管理責任者の設置 59.6	プライバシーポリシーの策定 45.5	必要な個人情報の絞り込み 35.9	システムや体制の再構築 31.9	89.3

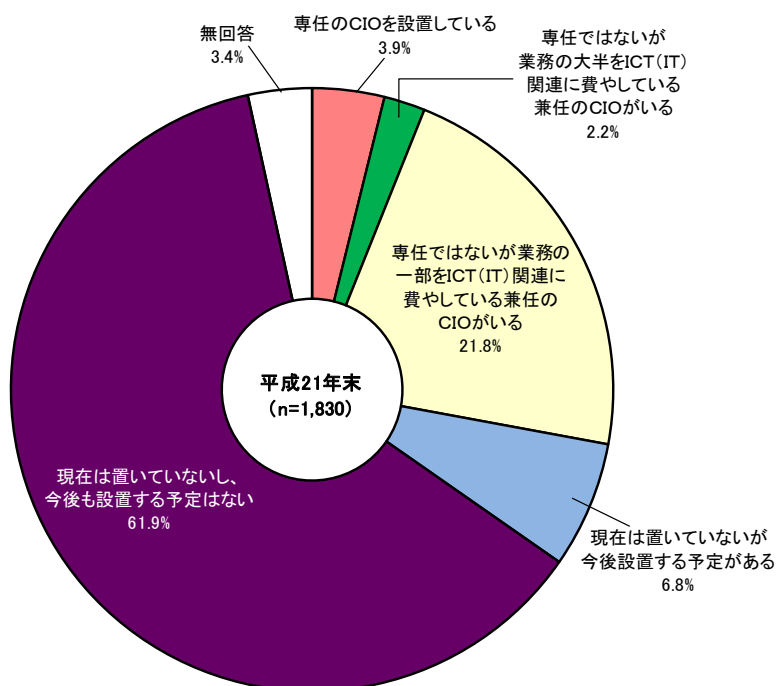
4 CIOの設置状況

情報通信ネットワークを利用している企業に対し、CIO⁷設置状況について尋ねた。

CIOを設置する企業は全体の27.9%であった。このうち、「専任のCIOを設置している」割合は3.9%で、前年より1.2ポイント減少した。「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2.2%、「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21.8%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」は、1.2ポイント減の6.8%であった（図表5-8参照）。

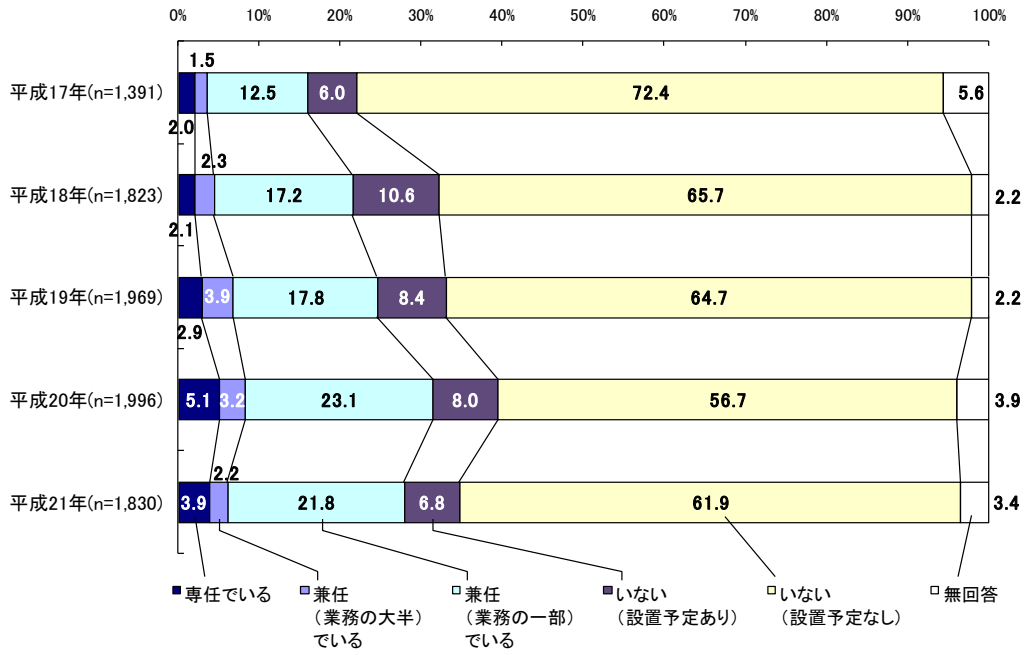
これを過去の結果と比較すると、専任・兼任いずれも、前年まではCIOの設置率は連続して増加していたが、平成21年末ではいずれも減少しており、CIOの設置が停滞しつつある様子が見えてくる（図表5-9参照）。

図表 5-8 CIOの設置状況



⁷ CIO : Chief Information Officer (最高情報責任者)

図表 5-9 CIO の設置率の推移



秘

総務省（平成21年）通信利用動向調査 調査票 <企業用>

- ◎ この調査は、統計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だいた方の所属部署名	
	この調査票を作成して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。)

- 特に記載した場合を除き、平成21年12月31日現在でご記入願います。
- 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
- 調査内容等の照会先
電話：
- 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1つに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る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. 専用線
2. ISDN回線(非常時接続)*	6. 固定無線回線(FWA)	10. 衛星回線
3. ISDN回線(常時接続)*	7. BWAアクセスサービス	11. その他
4. ケーブルテレビ回線(CATV回線)	8. DSL回線	

* 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、あるいは従業員数に**
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、ビジネスブログを開設**していますか。それぞれ**該当する番号1つ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
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などを利用して(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。該当する番号すべてに○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) 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

(12) 貴社では以下の電子タグ、非接触型ICカード等の情報通信技術等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。

情報通信技術を利用したシステムやツール	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20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。該当する番号すべてに○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。該当する番号すべてに○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すべての番号に○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 ^{※4} |
| (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

※4 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

(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。当てはまる番号すべてに○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。

(注) 導入している場合は、導入しているテレワークの形態のうち在宅勤務の有無により「1」又は「2」に○印を付けてください。

- | | |
|--|---|
| 1. 導入している(在宅勤務を含む)
(下の①～③にもお答えください) | 3. 導入していないが、具体的に導入予定がある |
| 2. 導入している(在宅勤務は含まない)
(下の①～③にもお答えください) | 4. 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(在宅勤務を含む)」又は「2. 導入している(在宅勤務は含まない)」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者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「4. 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○印を付けた場合は、() 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(DDos)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 サーバーに大量のパケットを送ってシステムをダウンさせ、サービスを不能にする攻撃。

(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. プロキシ(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20年度(平成20年4月～平成21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20年度(平成20年4月～平成21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20年度(平成20年4月～平成21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20年度(平成20年4月～平成21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21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、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21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。