

平成26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(平成19年法律第53号)に基づく一般統計調査である。この調査により、企業における情報通信ネットワークの構築状況及び情報通信サービス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)	
		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	「A 農業, 林業」、「B 漁業」、「C 鉱業, 採石業, 砂利採取業」、 「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」、「Q 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	事業所母集団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	5,140企業	
調査方法	郵送及びオンライン(メール)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27年2月		

(2)調査事項

- ・情報通信ネットワーク(企業通信網やインターネット等)の構築・利用状況
- ・インターネットによる情報発信の状況
- ・電子商取引(広告を含む)の実施状況
- ・無線通信技術を利用したシステムやツールの導入状況
- ・クラウドコンピューティングの利用状況
- ・テレワークの導入状況
- ・従業員へのICT(IT)教育の実施状況
- ・情報通信ネットワークの安全対策
- ・情報通信ネットワークの利用上の問題点

3 回収状況

発送数	無効数 ¹⁾	有効回答数	有効回収率 ²⁾
5,140	1,511	2,136	58.9%

1) 宛先不明のため返却された件数及び白紙などで無効とした件数

2) 有効回答数÷(発送数－無効数)

産業	建設業	332
	製造業	405
	運輸業	334
	卸売・小売業	364
	金融・保険業	194
	不動産業	143
	サービス業、その他	364
計	2,136	

従業者規模	100-299人	1,480
	300-999人	453
	1,000-1,999人	92
	2,000人以上	111
計	2,136	

地方	北海道	85
	東北	154
	北関東	82
	南関東	713
	北陸	58
	甲信越	85
	東海	272
	近畿	327
	中国	105
	四国	50
九州・沖縄	205	
計	2,136	

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、「事業所母集団データベース」及び「平成 26 年通信利用動向調査(企業)」の有効回答(合計 2,136)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		0.16636	2.36721	0.43365	1.26815	0.15305	0.16326	1.90951
東北		0.22863	1.02975	0.74726	0.92535	0.10203	0.12754	1.14109
北関東		0.29477	1.92910	0.49423	1.09688	0.11904	0.10203	1.43117
南関東		0.29651	1.64829	0.66708	1.69030	0.14414	0.21738	2.45224
北陸		0.52038	1.21308	0.54844	1.05745	0.08928	0.35712	1.36820
甲信越		0.26146	1.11692	0.84179	1.38211	0.08503	0.06802	1.59332
東海		0.28292	1.33054	0.59050	0.92546	0.10629	0.14455	1.84256
近畿		0.30389	2.13253	0.65456	0.96665	0.12352	0.14759	2.18865
中国		0.44524	1.83931	0.53313	0.93319	0.07421	0.28910	2.00769
四国		0.18088	1.42849	1.44550	1.09456	0.13265	0.30610	2.34680
九州・沖縄		0.27459	1.38863	0.61971	1.23679	0.08928	0.16156	1.58409

(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「経済センサスー基礎調査」(左記調査創設前は「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	2.5%	4.9%
	製造	2.4%	4.8%
	運輸	2.6%	5.1%
	卸売・小売	2.6%	5.0%
	金融・保険	2.8%	5.4%
	サービス業・その他(計)	2.2%	4.3%
	不動産	3.6%	7.0%
	サービス業、その他	2.6%	5.1%
全体		1.1%	2.1%
地方	北海道	5.3%	10.3%
	東北	3.9%	7.6%
	北関東	5.4%	10.6%
	南関東	1.8%	3.6%
	北陸	6.4%	12.5%
	甲信越	5.3%	10.3%
	東海	3.0%	5.8%
	近畿	2.7%	5.3%
	中国	4.8%	9.3%
	四国	6.9%	13.5%
	九州・沖縄	3.4%	6.6%
全体		1.1%	2.1%

分類項目		標準誤差	標本誤差
資本金	1,000万円未満	5.0%	9.8%
	1,000万円～3,000万円未満	2.2%	4.3%
	3,000万円～5,000万円未満	3.0%	5.9%
	5,000万円～1億円未満	2.3%	4.6%
	1億円～5億円未満	2.3%	4.5%
	5億円～10億円未満	5.9%	11.5%
	10億円～50億円未満	4.0%	7.8%
	50億円以上	3.6%	7.1%
全体		1.1%	2.1%
従業者規模	100～299人	1.3%	2.5%
	300以上計	1.9%	3.7%
	300～499人	3.0%	5.9%
	500～999人	3.5%	6.9%
	1000～1999人	5.1%	10.0%
	2000以上計	4.6%	9.0%
	2000～2999人	7.7%	15.2%
	3000～4999人	7.8%	15.2%
	5000人以上	8.3%	16.3%
全体		1.1%	2.1%

※集計対象が全企業(2,136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26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	通信網の構築状況	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	12
4	インターネットの利用	14
第2章	インターネットによる情報発信	18
1	ホームページの活用	18
2	ソーシャルメディアサービスの活用	20
第3章	電子商取引	22
1	電子商取引の導入	22
2	一般消費者への販売モデル	24
3	インターネットを利用した広告の導入	25
第4章	ICTを利用したシステムやツールの導入	28
第5章	クラウドコンピューティング	32
1	クラウドコンピューティングの利用状況	32
2	クラウドの利用状況	34
第6章	テレワーク	38
1	テレワークの導入	38
2	テレワークの形態	40
3	テレワークを利用している従業員の割合	41
4	テレワークの導入目的	42
5	テレワークの効果	43
6	テレワークを導入しない理由	44
第7章	ICT教育	45
第8章	情報通信ネットワークの安全対策	47
1	情報通信ネットワーク利用で受けた被害	47
2	データセキュリティへの対応	48
3	セキュリティポリシーの規定内容	51
4	標的型メールの被害と対策	54
5	個人情報保護対策の実施	58
6	C I Oの設置状況	60
7	情報通信ネットワーク利用上の問題点	62

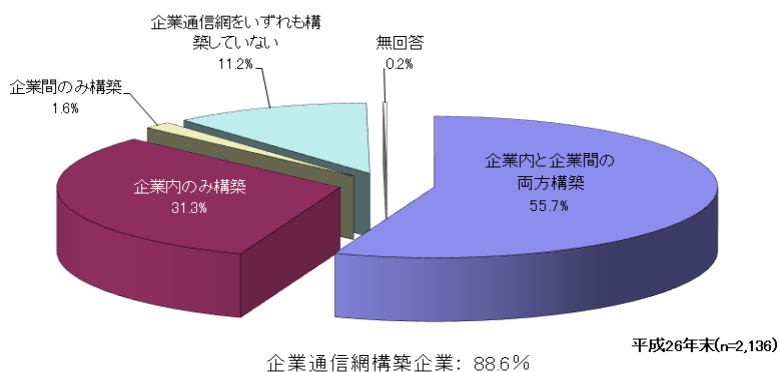
第1章 通信網の構築状況

1 企業通信網の構築

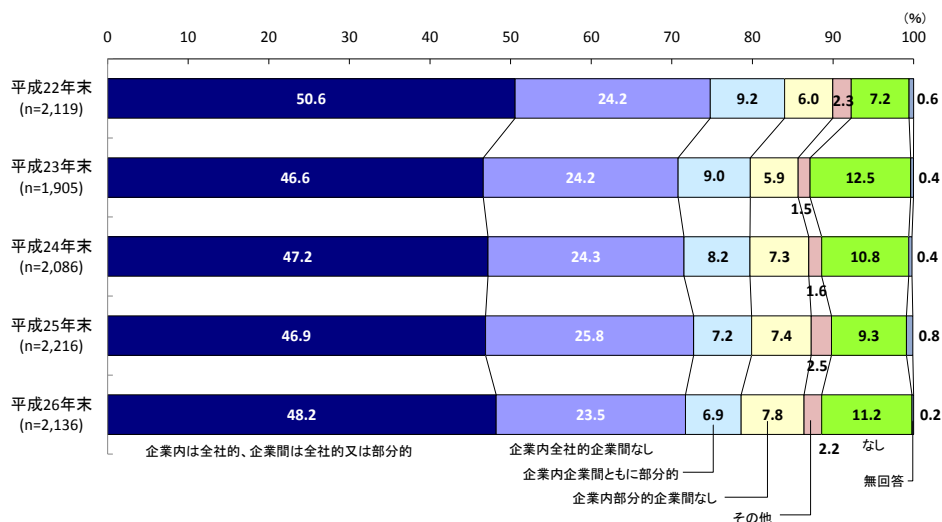
(1) 企業通信網

本調査（平成26年末）が対象とする従業者100人以上の企業のうち、88.6%が企業通信網（企業内通信網¹と企業間通信網²を含めた総称）を構築している。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55.7%、企業内通信網のみを構築している企業が31.3%となっている（図表1-1参照）。（図表1-2参照）。

図表 1-1 企業通信網の構築状況(平成26年末)



図表 1-2 企業通信網の構築状況の推移

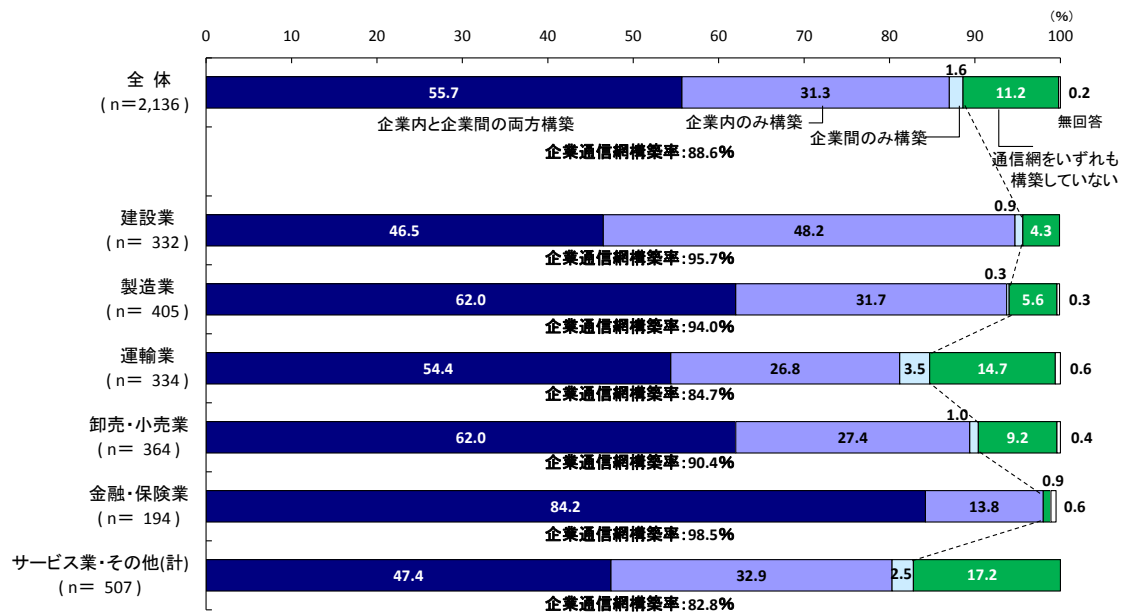


¹ 同一構内における通信網や、同一企業内の本社・支社間及び事業所間の通信網のことを指す。

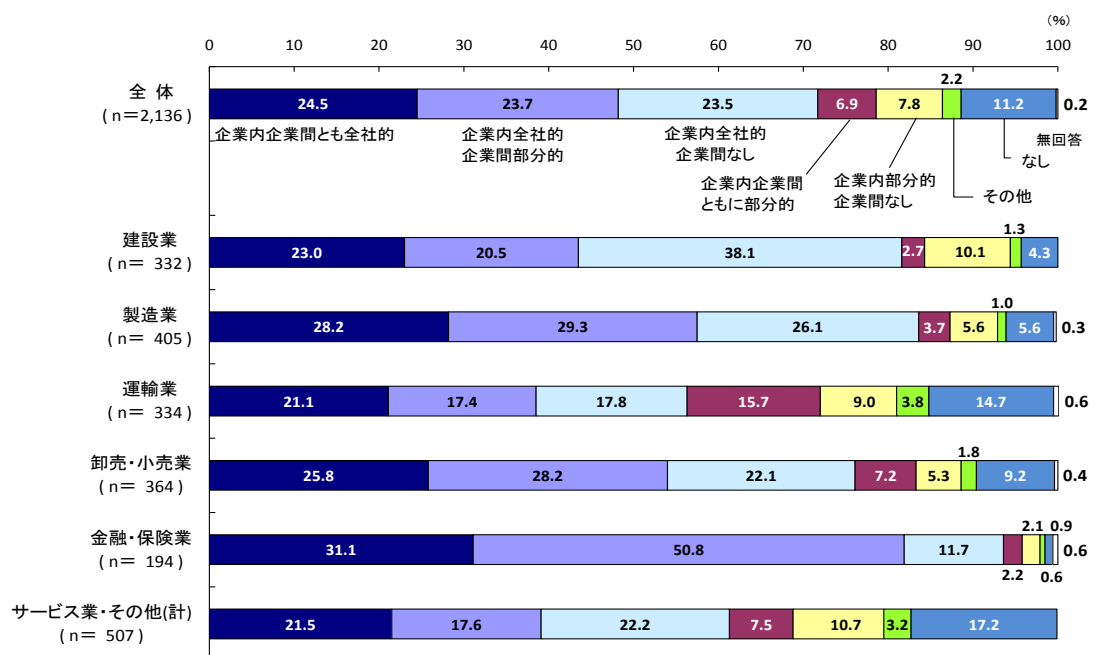
² 他企業との通信網を指す。

企業通信網を構築している企業の割合を産業別にみると、「建設業」(95.7%)、「製造業」(94.0%)、「卸売・小売業」(90.4%)、「金融・保険業」(98.5%)でそれぞれ9割を上回っている。また、企業内、企業間の両方を構築している企業の割合は、「金融・保険業」(84.2%)、「製造業」(62.0%)、「卸売・小売業」(62.0%)でそれぞれ6割を上回っている(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
(企業内、企業間の別)(平成 26 年末)

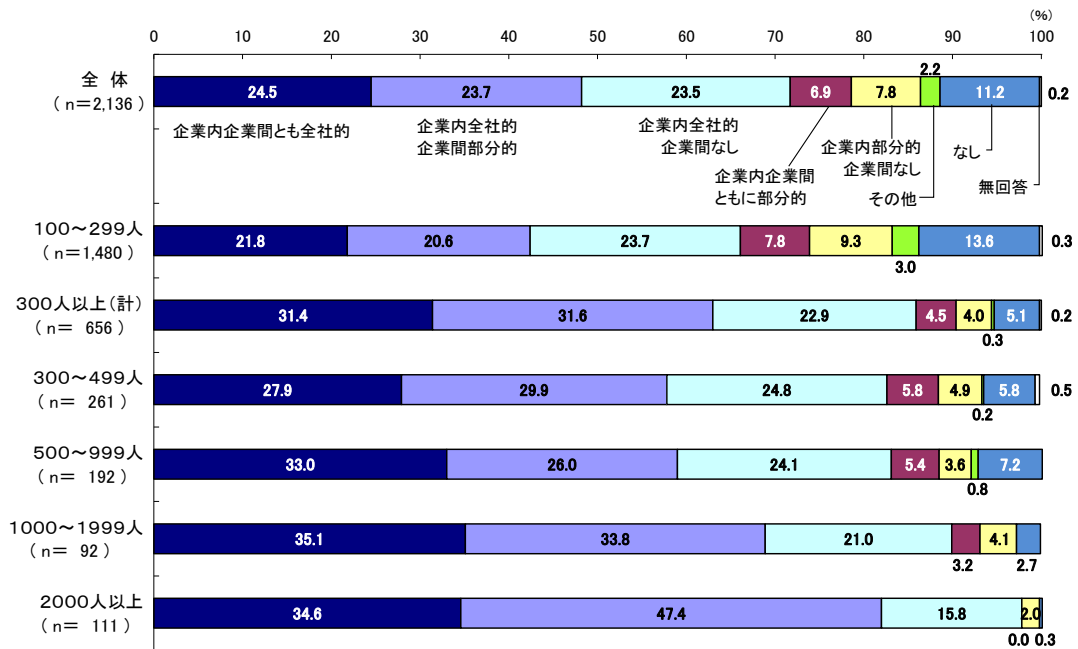


図表 1-4 産業別企業通信網の構築状況②
(全社的構築、部分的構築の別)(平成 26 年末)



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「100～299人」が21.8%となっているのに対し、「300人以上（計）」が31.4%となるなど企業規模が大きい方がその割合も高い傾向がみられる（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 26 年末)



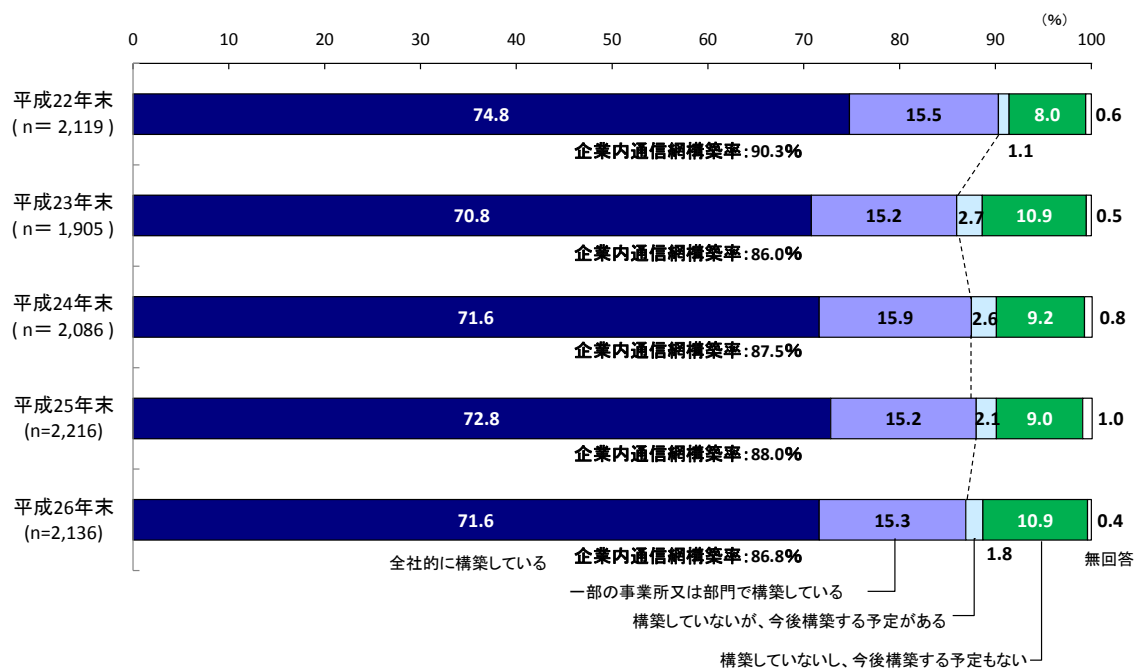
(2) 企業内通信網

企業内通信網を「全社的に構築している」企業の割合は 71.6%、「一部の事業所又は部門で構築している」は 15.3%となっている。これらを合わせた企業内通信網を構築する企業の割合は 86.9%となっている（図表 1-6 参照）。

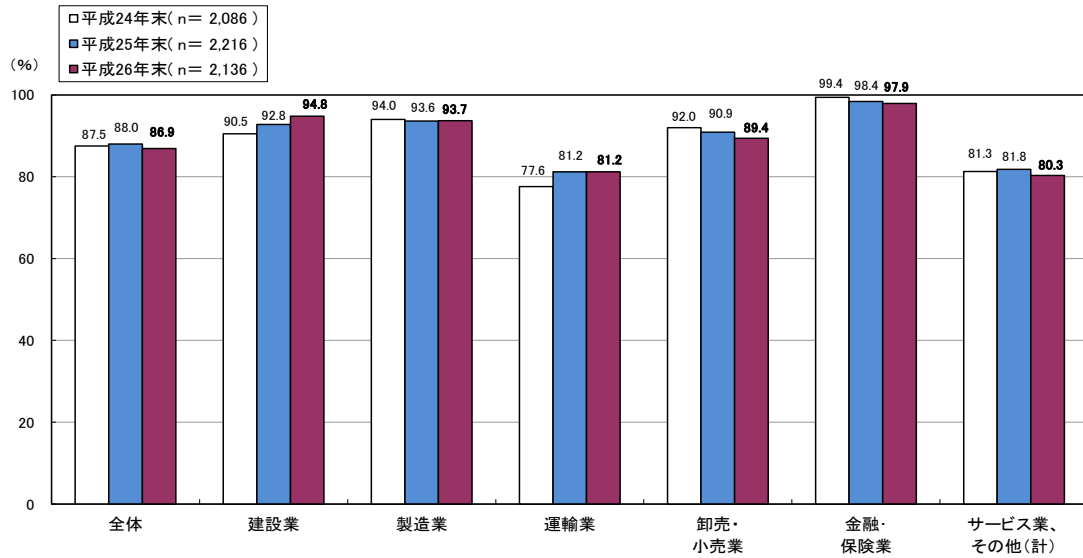
産業別にみると、「金融・保険業」（97.9%）、「建設業」（94.8%）、「製造業」（93.7%）、でそれぞれ9割を上回っている。（図表 1-7 参照）。

従業員規模別にみると、「100～299人」が 84.1%となっているのに対し、「300人以上（計）」が 94.4%となっている（図表 1-8 参照）。

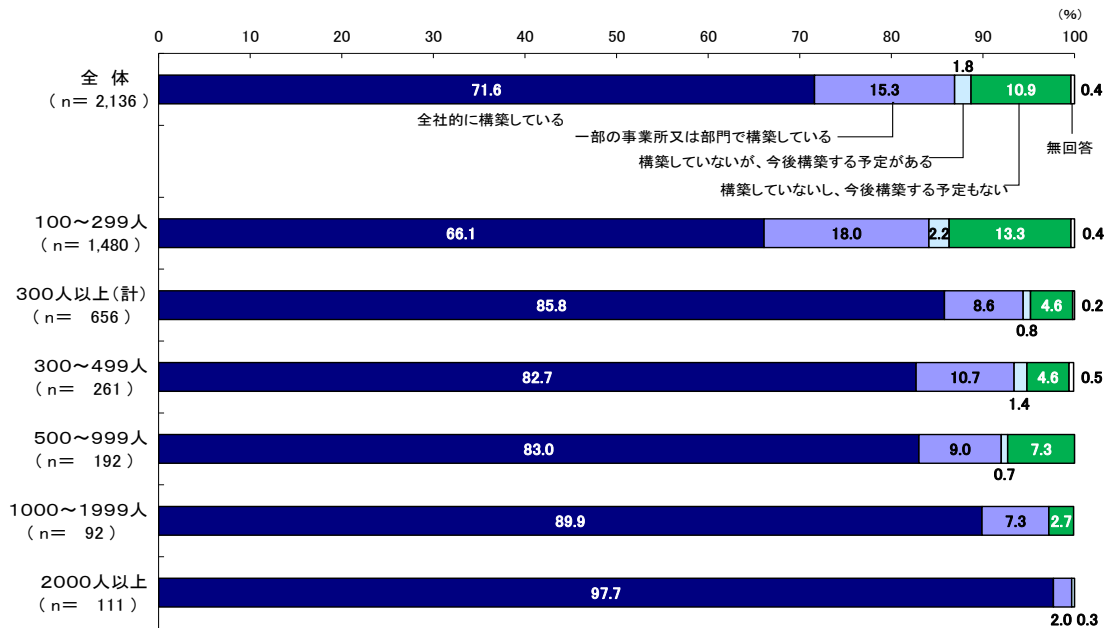
図表 1-6 企業内通信網の構築状況の推移



図表 1-7 産業別企業内通信網の構築状況の推移



図表 1-8 従業員規模別企業内通信網の構築状況(平成26年末)



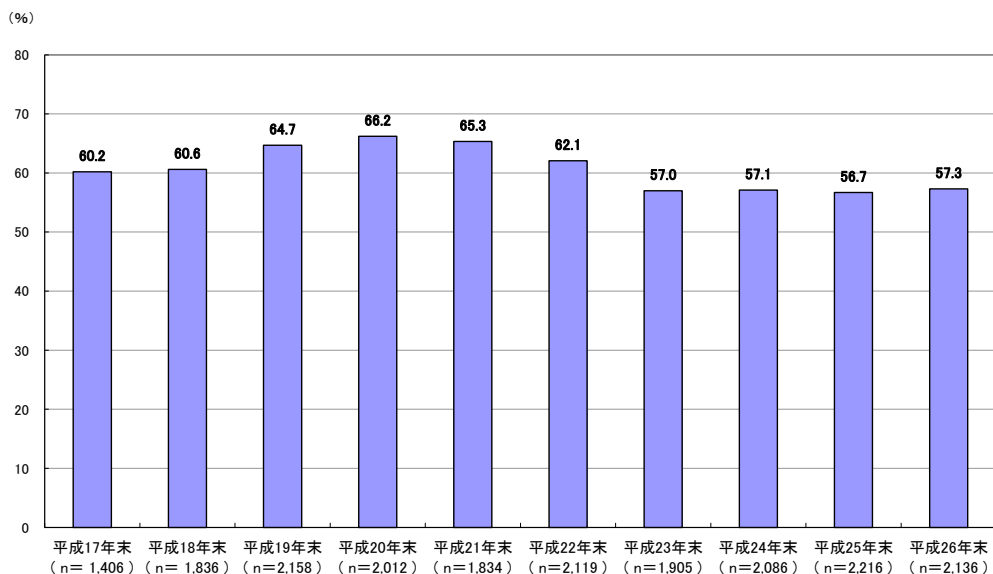
(3) 企業間通信網

企業間通信網を構築する企業の割合は57.3%となっている（図表 1-9 参照）。

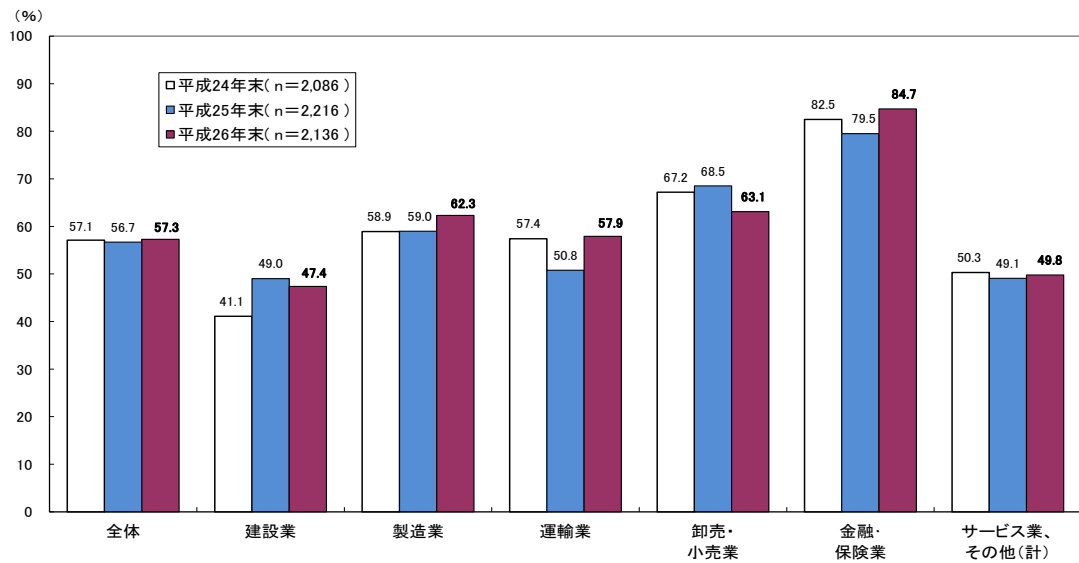
産業別にみると、「金融・保険業」が84.7%と最も高く、次いで「卸売・小売業」（63.1%）、「製造業」（62.3%）などとなっている。（図表 1-10 参照）。

従業者規模別にみると、「300人以上（計）」では67.9%が構築しており、特に「2,000人以上」では8割を上回っている。一方、「100～299人」では53.1%にとどまり、従業者規模により開きがみられる（図表 1-11 参照）。

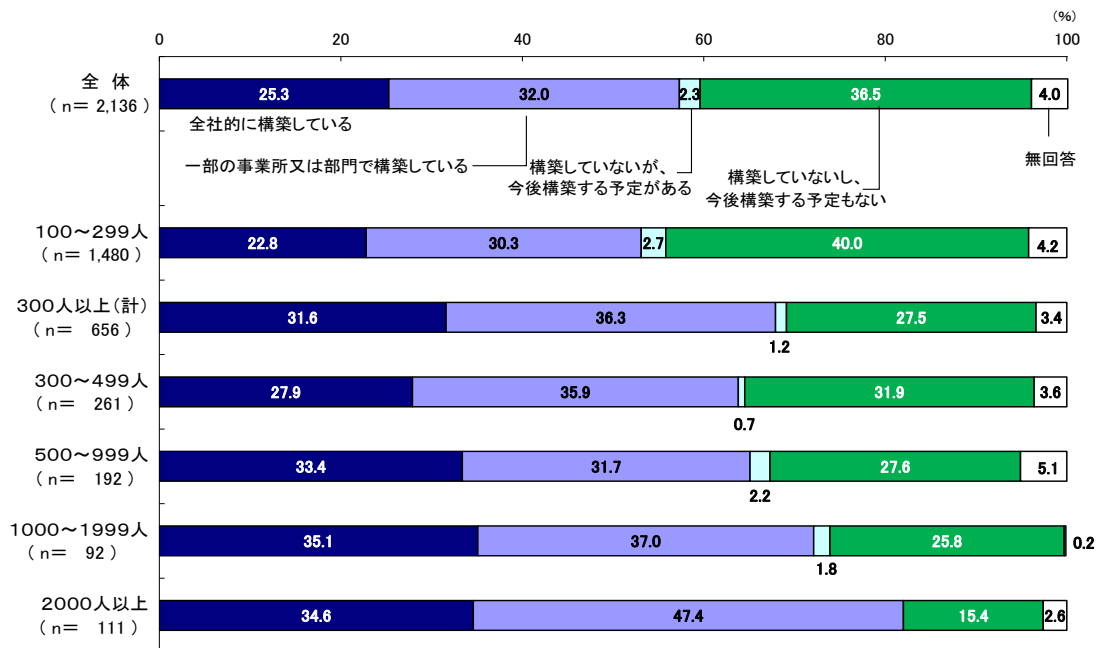
図表 1-9 企業間通信網の構築状況の推移



図表 1-10 産業別企業間通信網の構築状況の推移



図表 1-11 従業員規模別企業間通信網の構築状況(平成26年末)



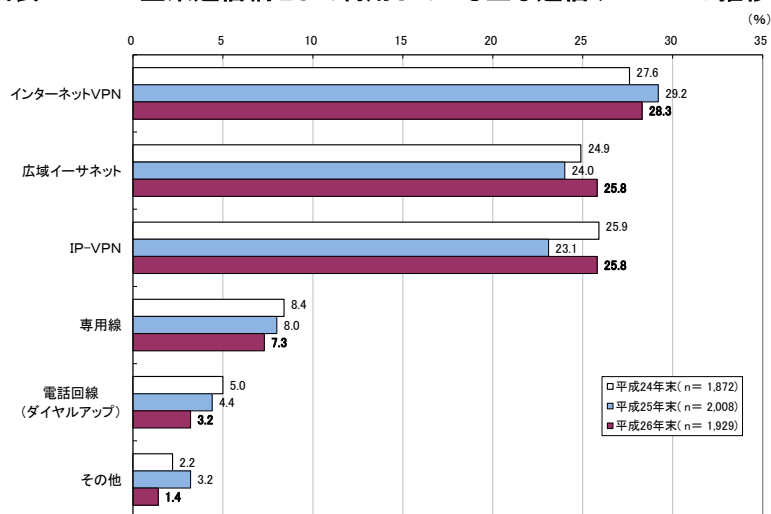
2 企業通信網として利用している通信サービス

(1) 利用している通信サービス

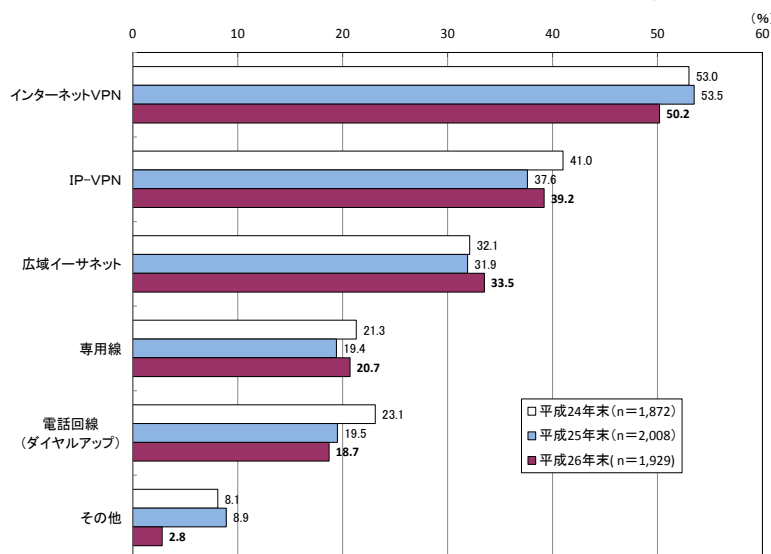
企業通信網として利用している主な通信サービスの種類は、「インターネットVPN」の割合が28.3%、「広域イーサネット」が25.8%、「IP-VPN」が25.8%などとなっている（図表 1-12 参照）。

主力としている通信サービス上位3項目をまとめた利用企業の割合をみると、「インターネットVPN」が50.2%と最も高く、次いで「IP-VPN」(39.2%)、「広域イーサネット」(33.5%)などとなっている（図表 1-13 参照）。

図表 1-12 企業通信網として利用している主な通信サービスの推移



図表 1-13 企業通信網として利用している主力通信サービスの推移(上位3項目)



産業別にみると、「金融・保険業」では、「広域イーサネット」及び「IP-VPN」がともに6割台、「専用線」で4割台となっており、他の産業と比較して高くなっている。それ以外の産業では、「インターネットVPN」がいずれも4割を上回っており、最も利用されている割合の高い通信サービスとなっている。

従業者規模別にみると、「広域イーサネット」及び「IP-VPN」は従業者規模が大きいほど高い傾向がみられる（図表 1-14 参照）。

図表 1-14 属性別企業通信網として利用している主力通信サービス(上位3項目)(平成 26 年末)

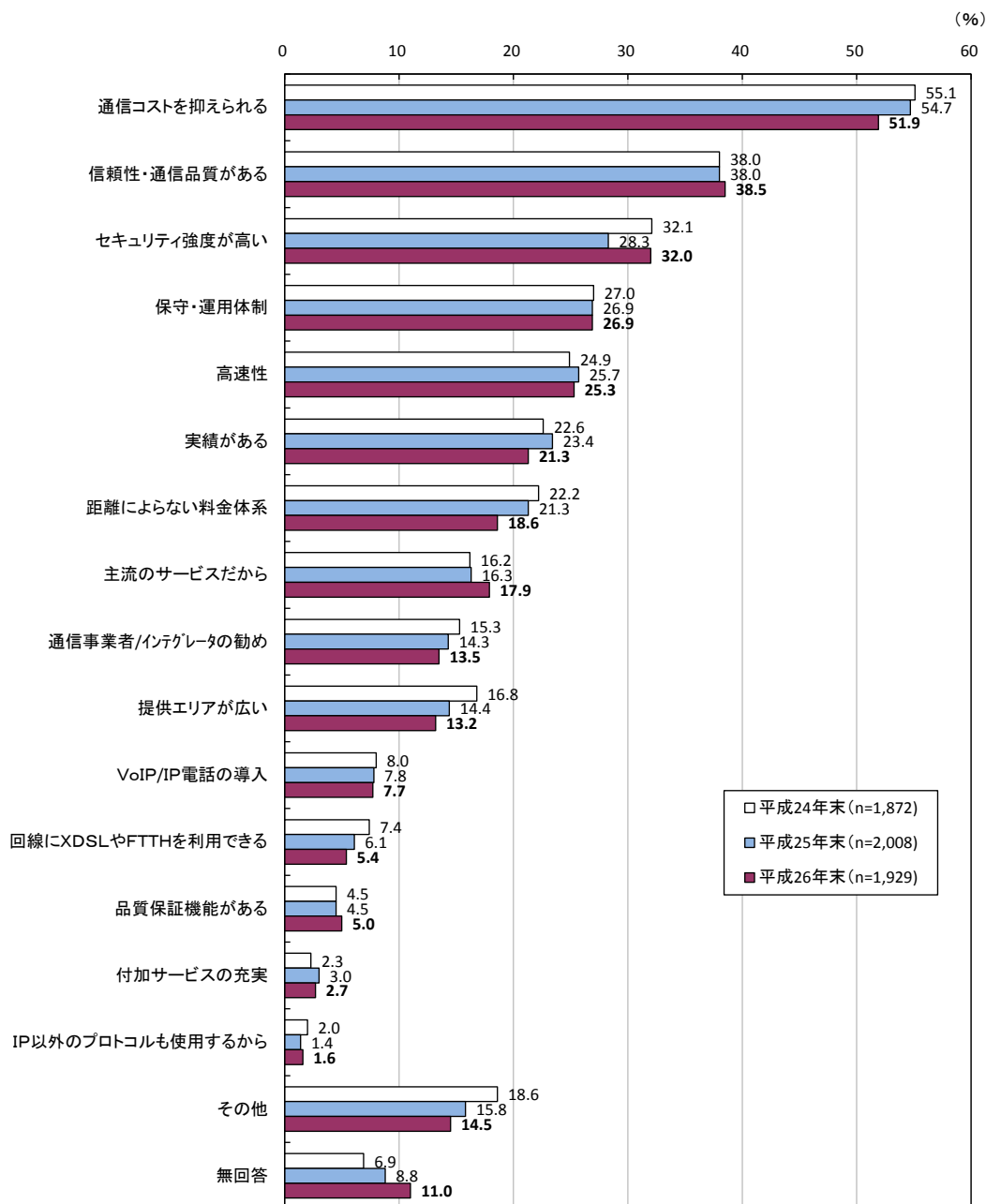
単位：%

	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	(電話回線 ダイヤルアップ)	その他	分からない	無回答
全体	1,929	33.5	39.2	50.2	20.7	18.7	2.8	8.8	1.5
[産業分類]									
建設業	316	28.2	42.0	63.6	14.3	11.7	2.4	6.6	1.3
製造業	379	36.2	40.1	51.2	20.9	18.0	1.9	8.4	1.4
運輸業	285	29.7	28.9	45.3	24.6	22.5	2.9	13.2	1.3
卸売・小売業	330	30.8	44.1	52.0	20.3	21.9	2.4	6.8	2.2
金融・保険業	191	66.5	66.3	32.1	43.7	25.9	2.6	2.6	0.6
サービス業・その他(計)	428	33.3	36.6	48.4	19.6	17.0	3.8	9.8	1.3
不動産業	128	37.5	48.6	52.1	21.9	17.1	2.3	5.2	0.9
サービス業、その他	300	33.1	36.1	48.2	19.5	17.0	3.9	10.0	1.3
[従業者規模]									
100～299人	1,297	30.5	35.5	50.4	18.3	19.9	2.6	8.9	1.7
300人以上計	632	40.6	47.7	49.7	26.2	15.8	3.3	8.7	1.0
300～499人	246	35.3	42.5	45.4	26.3	17.0	4.2	9.0	0.8
500～999人	185	38.4	43.4	49.1	23.0	19.3	3.6	8.4	1.7
1,000～1,999人	91	51.9	51.6	60.9	16.9	17.3	0.3	5.0	0.6
2,000人以上	110	48.7	68.6	51.8	43.4	3.3	2.8	12.3	0.4

(2) 利用している通信サービスを選んだ理由

利用している通信サービスを選んだ理由は、「通信コストを抑えられる」の割合が 51.9%と最も高く、次いで「信頼性・通信品質がある」(38.5%)、「セキュリティ強度が高い」(32.0%)、「保守・運用体制」(26.9%)、「高速性」(25.3%)、「実績がある」(21.3%)、「距離によらない料金体系」(18.6%)となっており、これら上位7位は前年と同じ順位となっている(図表 1-15 参照)。

図表 1-15 利用している主力通信サービス(上位3項目)を選んだ理由の推移



産業別にみると、「金融・保険業」を除いた全産業では、「通信コストを抑えられる」が最も高く、次いで「信頼性・通信品質がある」が2位となっている。「金融・保険業」では、「信頼性・通信品質がある」が最も高く、次いで「通信コストを抑えられる」となっている。

従業者規模別にみると、すべての規模で「通信コストを抑えられる」が最も高く、次いで「信頼性・通信品質がある」、「セキュリティ強度が高い」などとなっている。(図表 1-16 参照)。

図表 1-16 属性別利用している主力通信サービス(上位3項目)を選んだ理由(上位5位)
(平成 26 年末)

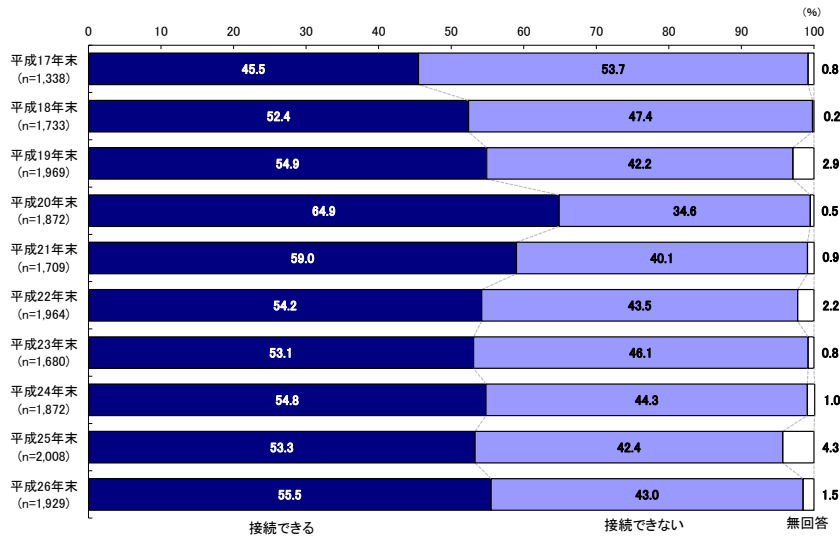
		n	1位	2位	3位	4位	5位
【全体】		1,929	通信コストを抑えられる 51.9	信頼性・通信品質がある 38.5	セキュリティ強度が高い 32.0	保守・運用体制 26.9	高速性 25.3
産業分類	建設業	316	通信コストを抑えられる 55.8	信頼性・通信品質がある 40.2	セキュリティ強度が高い 34.3	保守・運用体制 28.5	距離によらない料金体系 22.9
	製造業	379	通信コストを抑えられる 55.0	信頼性・通信品質がある 41.5	セキュリティ強度が高い 31.3	保守・運用体制 28.5	実績がある 26.9
	運輸業	285	通信コストを抑えられる 40.0	信頼性・通信品質がある 28.8	保守・運用体制 27.3	セキュリティ強度が高い 26.4	距離によらない料金体系 21.2
	卸売・小売業	330	通信コストを抑えられる 49.9	信頼性・通信品質がある 40.8	セキュリティ強度が高い 32.5	保守・運用体制 32.3	高速性 25.7
	金融・保険業	191	信頼性・通信品質がある 71.7	通信コストを抑えられる 65.0	セキュリティ強度が高い 63.1	実績がある 44.6	保守・運用体制 40.3
	サービス業・その他(計)	428	通信コストを抑えられる 52.6	信頼性・通信品質がある 35.6	セキュリティ強度が高い 32.4	高速性 25.8	保守・運用体制 21.0
従業者規模	100～299人未満	1,297	通信コストを抑えられる 50.2	信頼性・通信品質がある 34.8	セキュリティ強度が高い 29.9	保守・運用体制 23.9	高速性 22.0
	300人以上(計)	632	通信コストを抑えられる 55.8	信頼性・通信品質がある 47.1	セキュリティ強度が高い 36.9	保守・運用体制 33.8	高速性 32.7
	300～499人	246	通信コストを抑えられる 46.2	信頼性・通信品質がある 45.5	保守・運用体制 37.0	セキュリティ強度が高い 35.5	高速性 25.4
	500～999人	185	通信コストを抑えられる 56.0	信頼性・通信品質がある 42.8	高速性 36.1	セキュリティ強度が高い 32.3	保守・運用体制 28.9
	1,000～1,999人	91	通信コストを抑えられる 59.7	信頼性・通信品質がある 45.1	セキュリティ強度が高い 34.3	高速性 32.6	保守・運用体制 26.8
	2,000人以上	110	通信コストを抑えられる 79.4	信頼性・通信品質がある 63.7	セキュリティ強度が高い 53.9	高速性 47.2	提供エリアが広い 45.2

3 社外からの企業通信網への接続

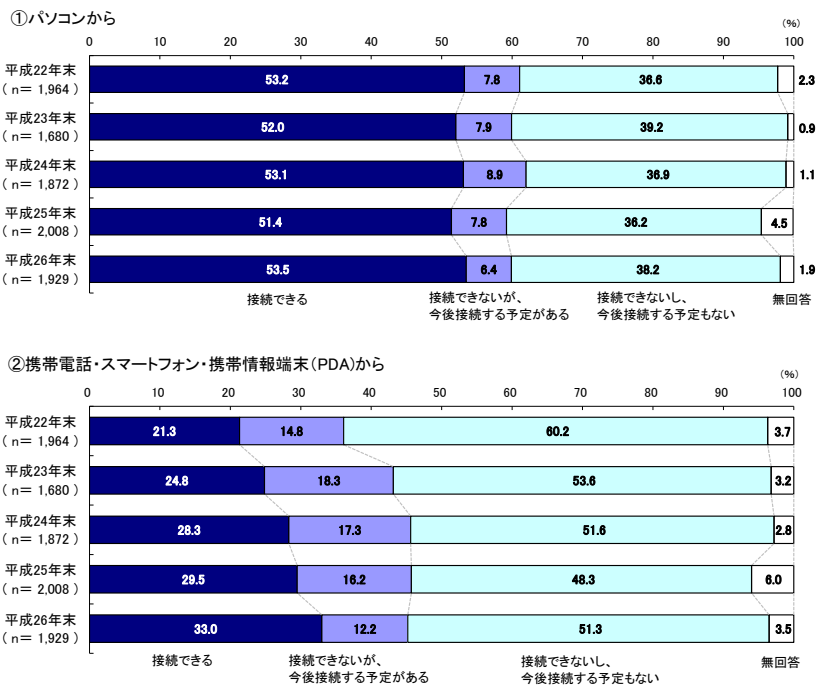
企業通信網を構築している企業のうち、外出先などの社外から自社の通信網にアクセスできる企業の割合は55.5%となっている（図表 1-17 参照）。

通信機器別にみると、パソコンからアクセスできる企業が53.5%、携帯電話・スマートフォン・携帯情報端末（PDA）からアクセスできる企業が33.0%となっている。（図表 1-18 参照）。

図表 1-17 社外からの企業通信網への接続状況の推移

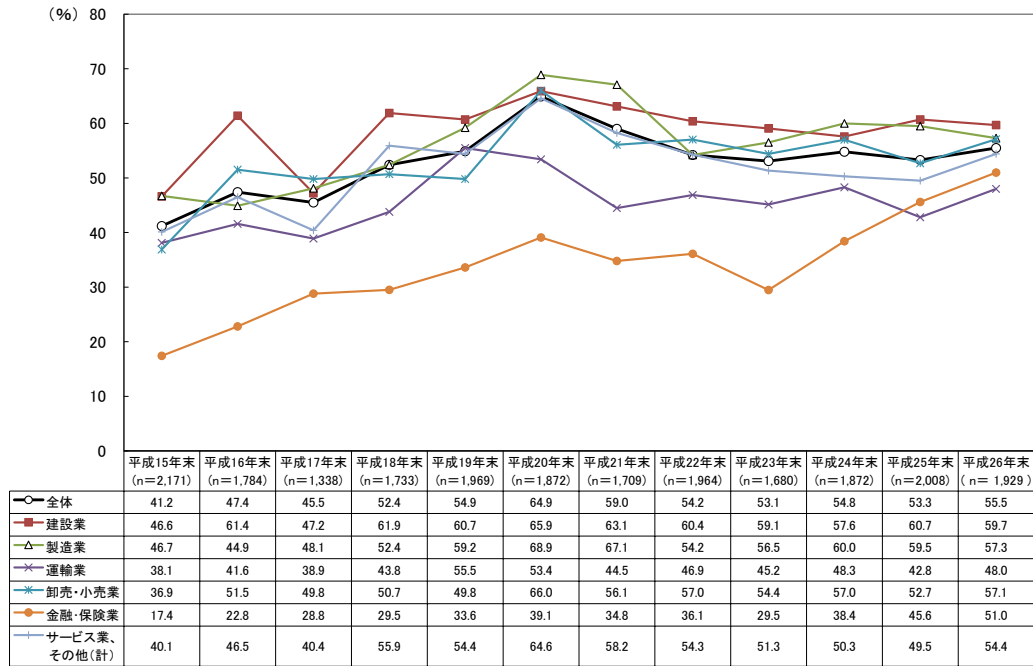


図表 1-18 端末別社外からの企業通信網への接続状況の推移

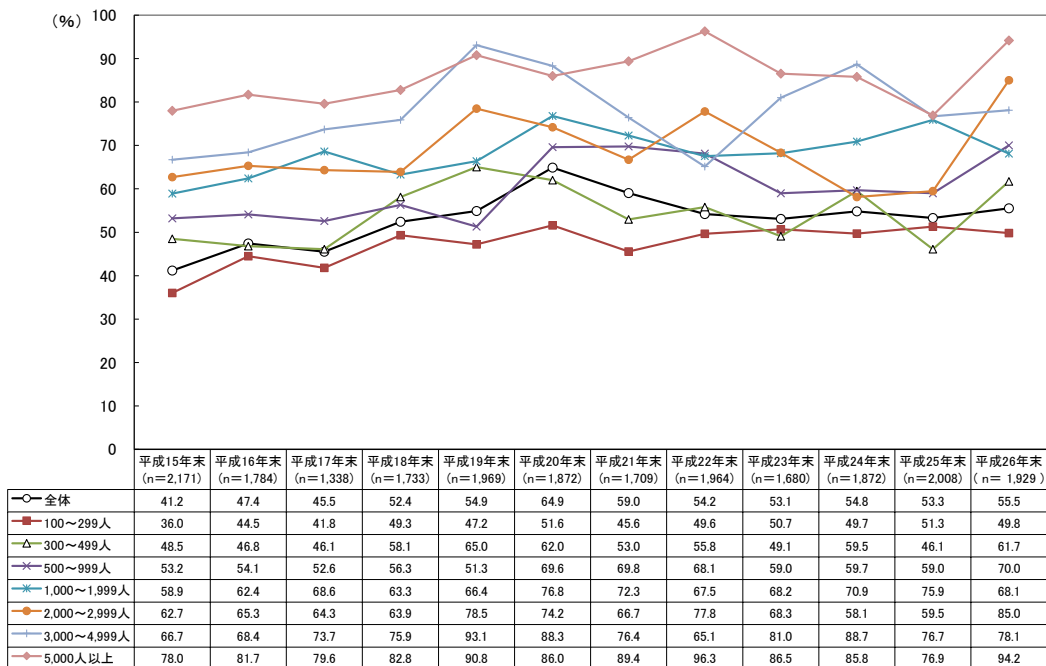


産業別にみると、「運輸業」を除いた各産業で5割を上回っている（図表 1-19 参照）。
 従業者規模別にみると、従業者規模の大きい企業ほど接続している割合も高い傾向となっている（図表 1-20 参照）。

図表 1-19 産業別社外から自社の企業通信網への接続状況の推移



図表 1-20 従業者規模別社外から自社の企業通信網への接続状況の推移

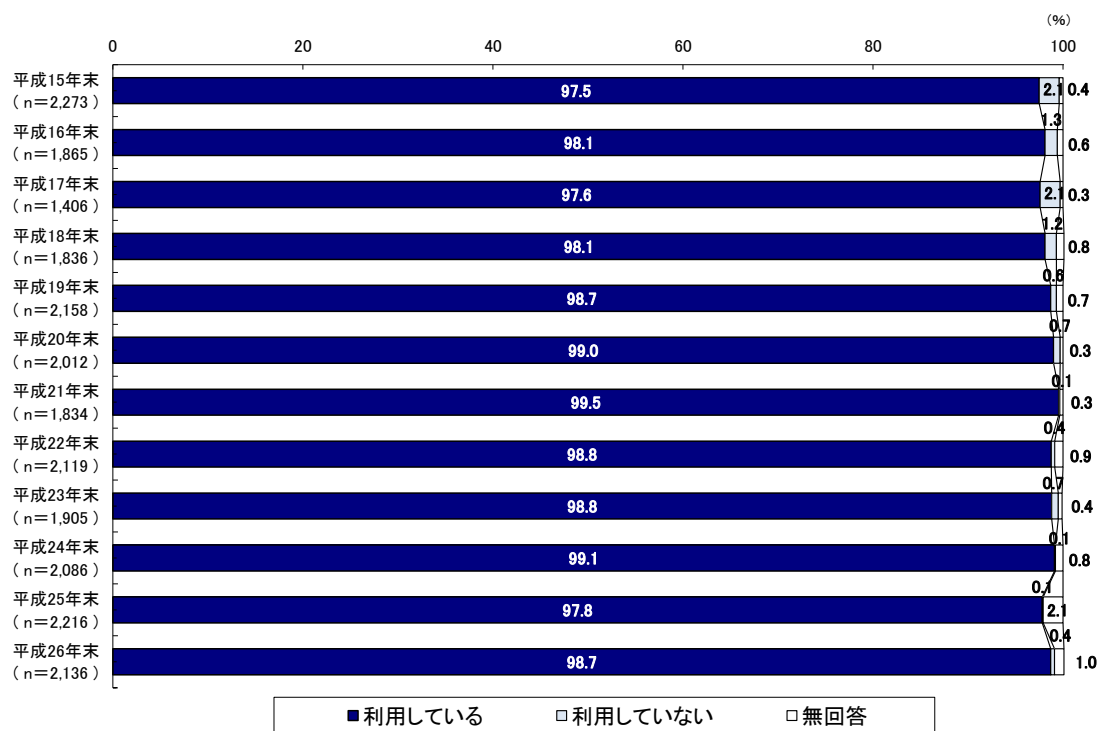


4 インターネットの利用

(1) インターネットの利用状況

インターネットを利用している企業の割合は98.7%となっており、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。(図表 1-21 参照)。

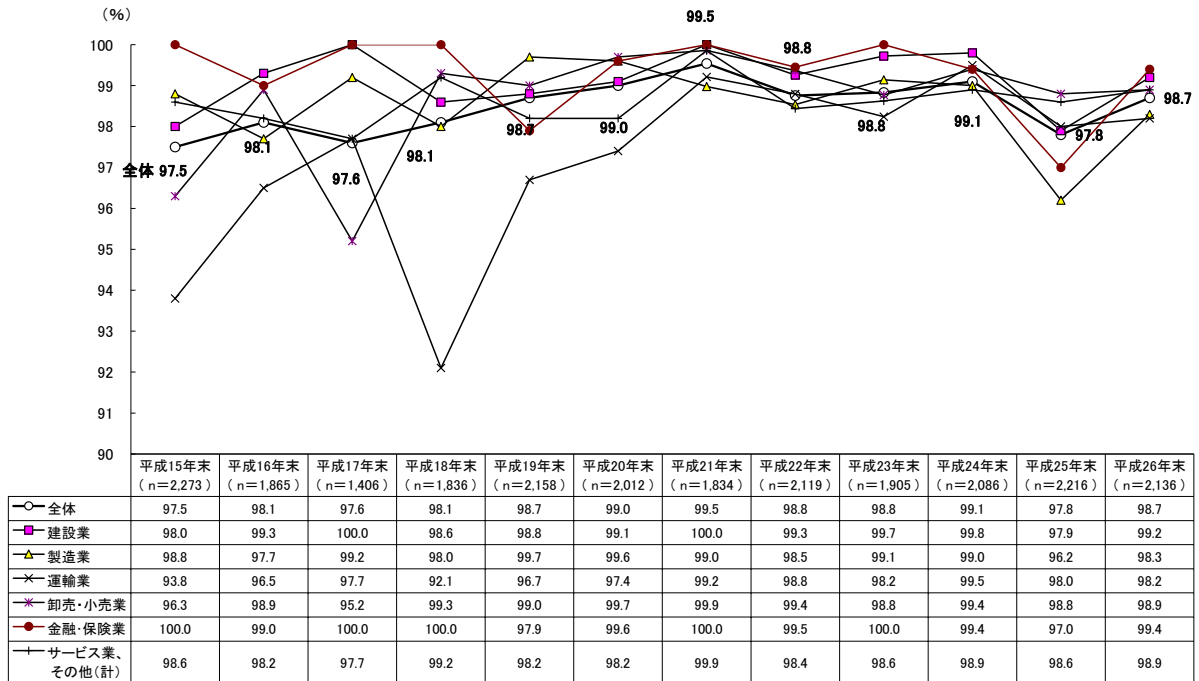
図表 1-21 インターネット利用状況の推移



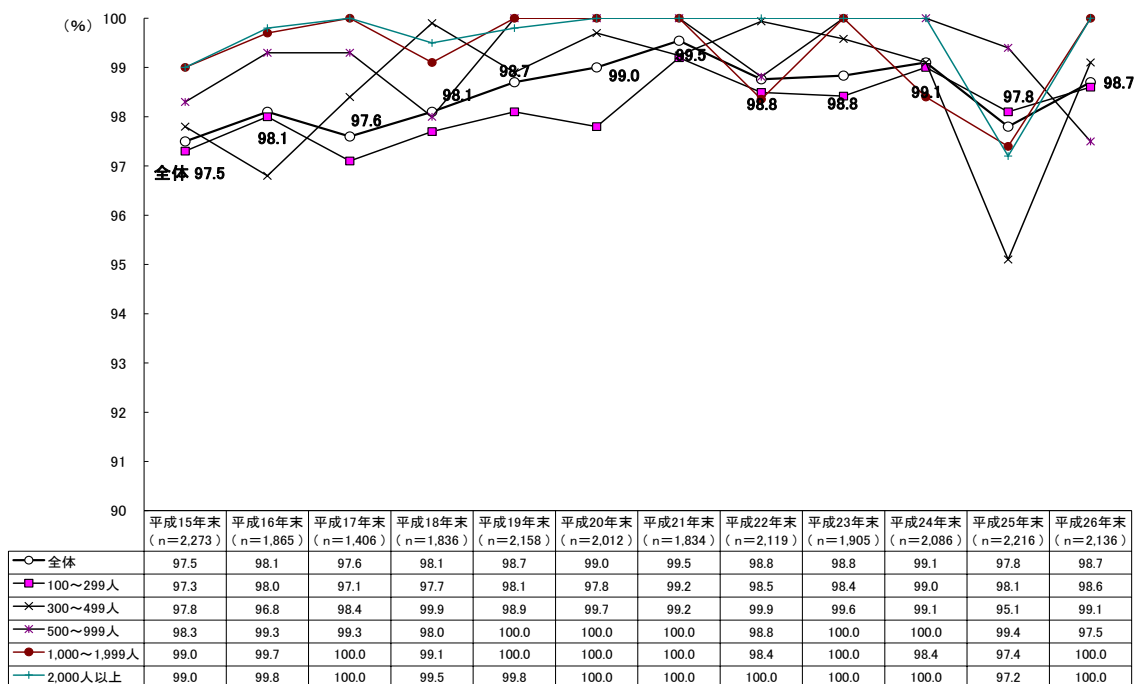
※平成 22 年末までは「全社的に利用している」と「一部の事業所又は部門で利用している」を「利用している」、
「利用していないが、今後利用予定がある」と「利用していないし、今後も必要ない」を「利用していない」として再集計した

産業別や従業者規模別にみると、全ての層で95%を上回っており、総じて特に偏りなく活用されている（図表 1-22、1-23 参照）。

図表 1-22 産業別インターネット利用状況の推移



図表 1-23 従業者規模別インターネット利用状況の推移

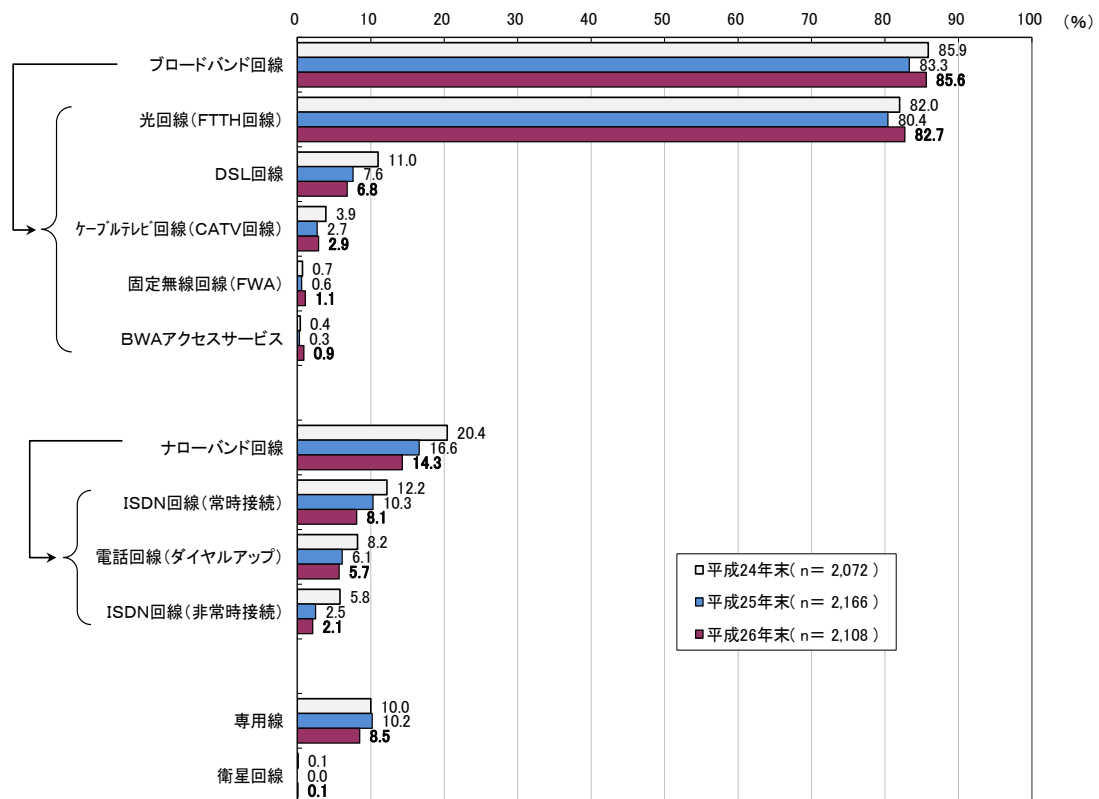


(2) インターネット接続形態

インターネット利用企業の接続形態をみると、「光回線（F T T H回線）」の割合が82.7%と最も高く、次いで「専用線」（8.5%）、「I S D N回線（常時接続）」（8.1%）などとなっている（図表 1-24 参照）。

産業別や従業者規模別にみると、全ての層で「光回線（F T T H回線）」が圧倒的に高くなってきている（図表 1-25 参照）。

図表 1-24 インターネット接続形態の推移



(注)「その他」、「無回答」を表示していない

図表 1-25 属性別インターネット接続形態(平成 26 年末)

単位: %

	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 (FTH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	2,108	14.3	5.7	2.1	8.1	85.6	2.9	82.7	1.1	0.9	6.8	8.5	0.1	2.6	2.5
[産業分類]															
建設業	329	11.3	5.1	1.5	7.5	86.4	3.6	84.9	1.0	1.4	12.6	13.6	0.5	2.4	2.0
製造業	397	12.7	5.6	2.2	6.5	84.6	3.5	79.8	2.1	2.1	6.5	10.6	-	2.7	2.1
運輸業	328	15.8	5.8	2.6	8.9	86.4	2.4	84.8	0.5	0.3	4.6	6.9	-	1.2	3.6
卸売・小売業	360	14.0	5.6	3.3	6.8	89.3	1.8	86.5	1.2	0.2	9.8	9.9	0.5	1.7	1.4
金融・保険業	193	7.7	4.2	2.8	3.7	78.8	1.6	77.6	0.6	0.6	14.1	20.0	-	4.0	2.2
サービス業・その他(計)	501	15.9	6.0	1.3	10.1	84.2	3.2	82.2	0.3	0.5	4.9	5.2	-	3.5	3.4
[従業者規模]															
100~299人	1,457	14.3	5.5	1.8	8.2	86.7	3.4	83.6	0.9	0.9	6.0	6.3	0.2	2.3	2.6
300人以上計	651	14.2	6.4	2.8	7.8	82.8	1.8	80.5	1.4	1.0	8.9	13.9	-	3.5	2.4
300~499人	260	16.0	7.3	2.5	10.4	84.5	1.2	82.2	1.9	1.2	6.8	8.8	-	3.7	2.8
500~999人	188	13.5	7.5	2.7	5.8	85.9	2.2	83.4	1.1	0.9	8.8	7.8	-	4.6	3.0
1000~1999人	92	9.1	2.9	0.8	5.3	80.8	0.1	78.9	-	1.6	9.6	26.1	-	2.4	0.2
2000人以上	111	15.9	4.9	6.2	6.7	72.1	4.8	69.8	2.3	-	14.8	30.0	-	1.1	2.0

第2章 インターネットによる情報発信

1 ホームページの活用

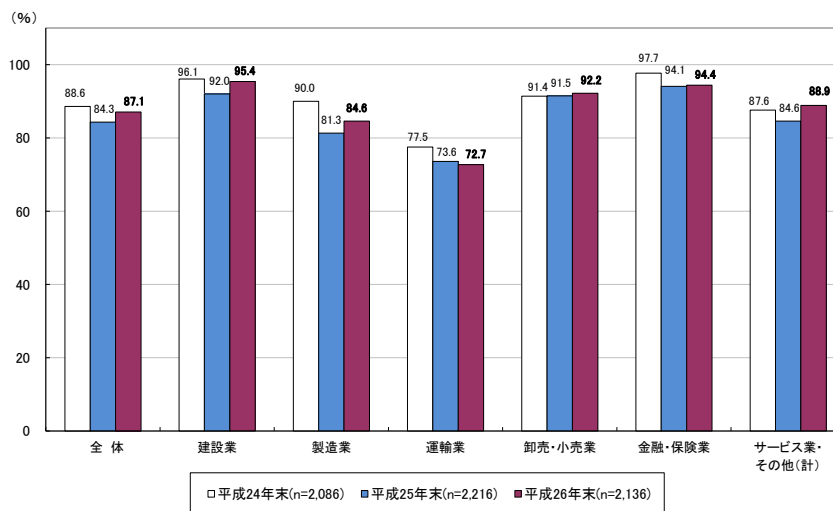
(1) ホームページの開設状況

自社のホームページを開設している企業の割合は87.1%と、前年（平成25年末）の84.3%より2.7ポイント上昇となっている。

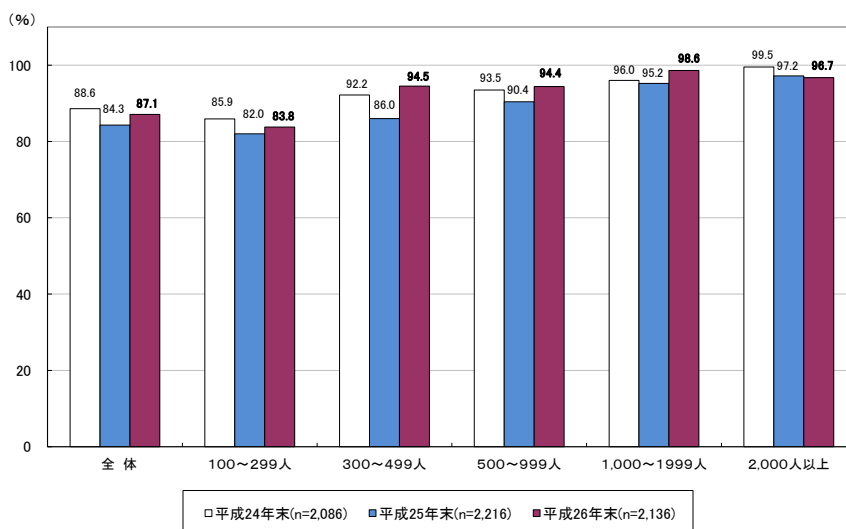
産業別にみると、「建設業」（95.4%）、「金融・保険業」（94.4%）、「卸売・小売業」（92.2%）でそれぞれ9割を上回っている（図表2-1参照）。

従業者規模別にみると、従業者規模の大きい企業ほど開設している企業の割合も高い傾向がある（図表2-2参照）。

図表 2-1 産業別ホームページ開設状況の推移



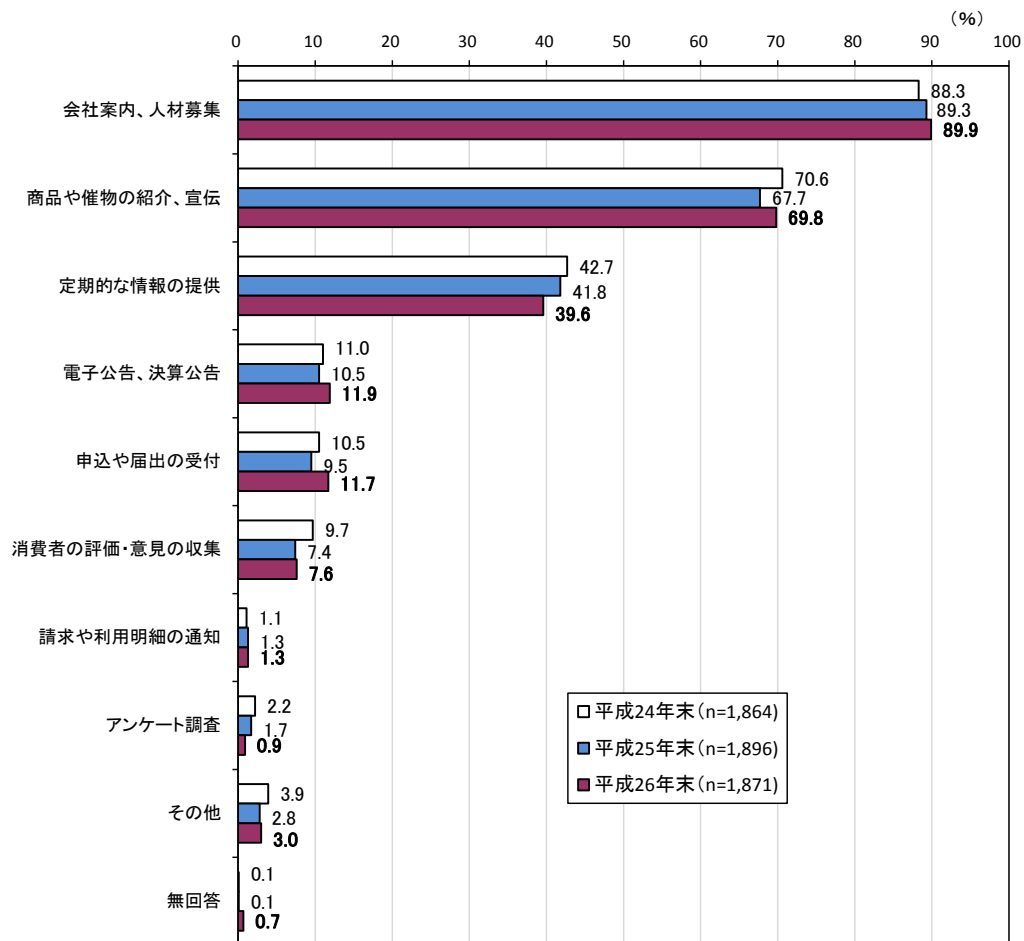
図表 2-2 従業者規模別ホームページ開設状況の推移



(2) ホームページの開設目的・用途

自社のホームページを開設している企業の、開設する目的や用途をみると、「会社案内、人材募集」の割合が 89.9%と最も高く、次いで「商品や催物の紹介、宣伝」(69.8%)、「定期的な情報の提供」(39.6%) などとなっている。(図表 2-3 参照)。

図表 2-3 ホームページの開設目的・用途の推移



2 ソーシャルメディアサービスの活用

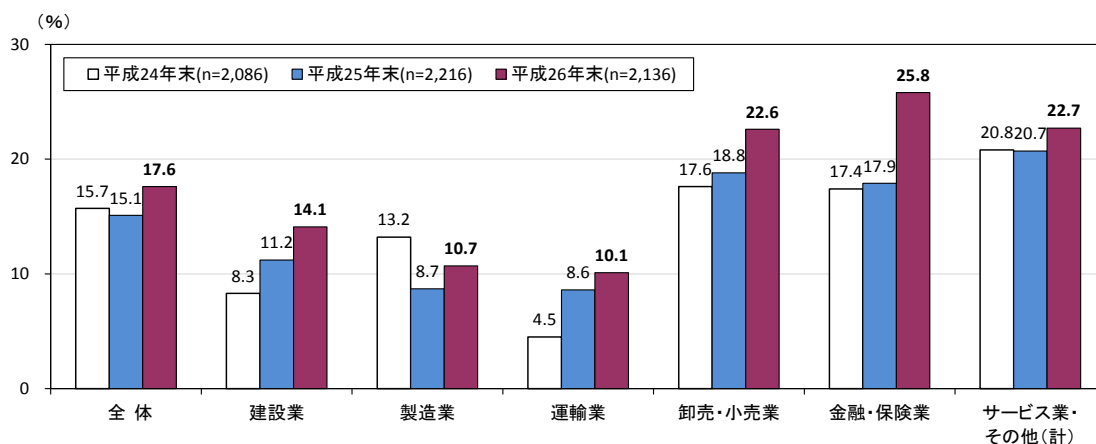
(1) ソーシャルメディアサービスの活用状況

インターネット利用企業のうち、ソーシャルメディアサービスを活用している企業の割合は17.6%と、前年の15.1%から2.5ポイント上昇となっている。

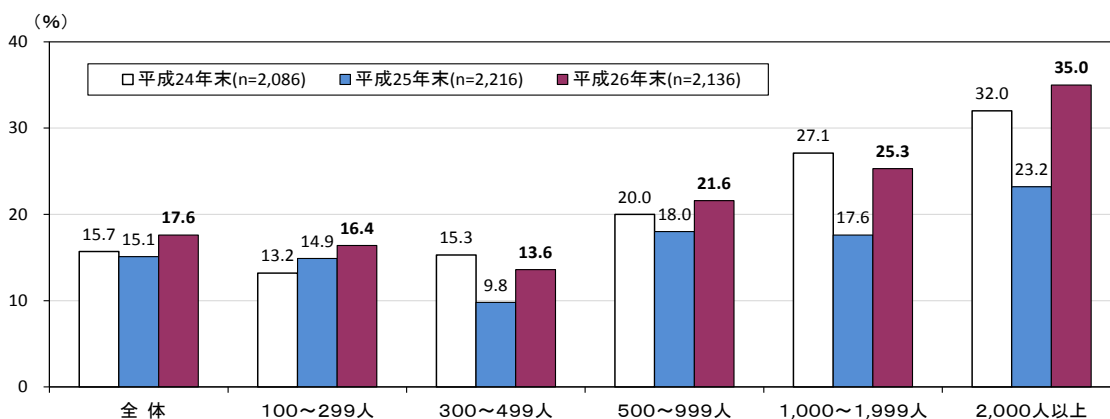
産業別にみると、「金融・保険業」(25.8%)、「サービス業・その他(計)」(22.7%)、「卸売・小売業」(22.6%)で2割を上回っている(図表 2-4 参照)。

従業者規模別でみると、従業者規模の大きなところほど、活用している企業の割合が高い傾向となっている(図表 2-5 参照)。

図表 2-4 産業別ソーシャルメディアサービス活用状況の推移



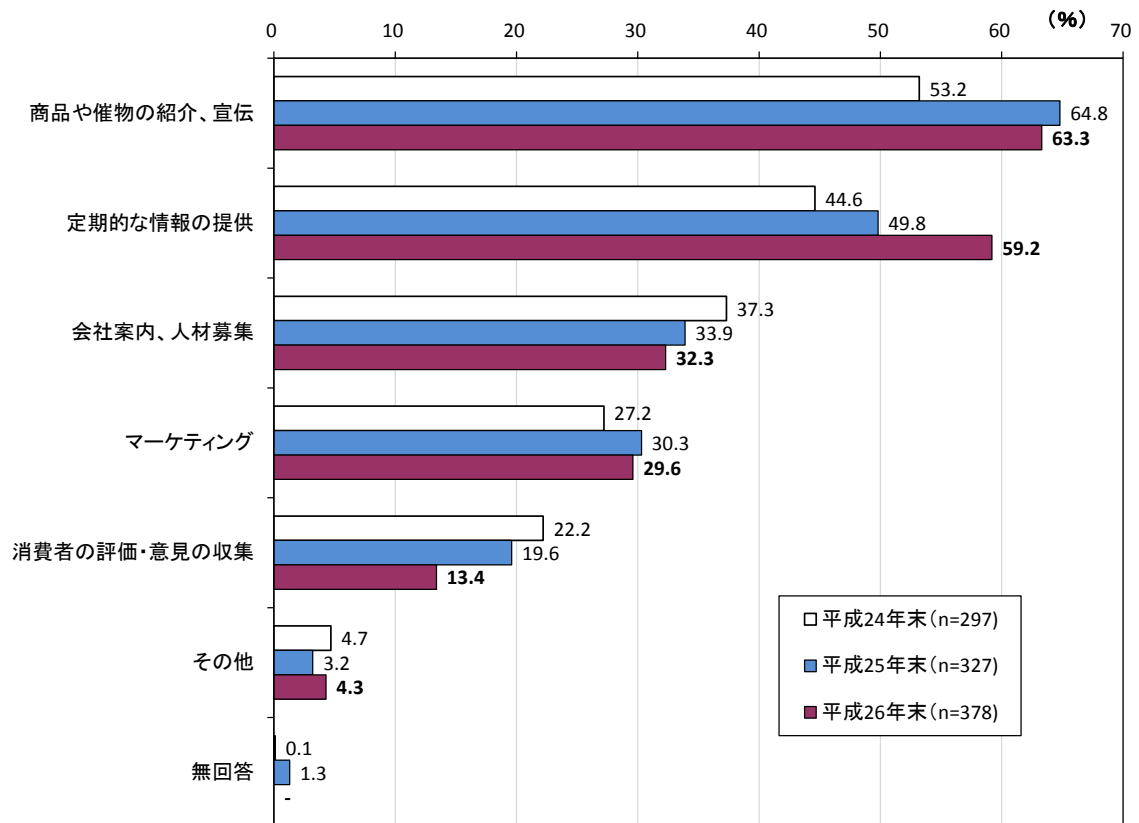
図表 2-5 従業者規模別ソーシャルメディアサービス活用状況の推移



(2) ソーシャルメディアサービスの活用目的・用途

ソーシャルメディアサービスを活用している企業の活用目的や用途をみると、「商品や催物の紹介、宣伝」が63.3%、「定期的な情報の提供」が59.2%と高くなっている（図表 2-6 参照）。

図表 2-6 ソーシャルメディアサービスの活用目的・用途の推移

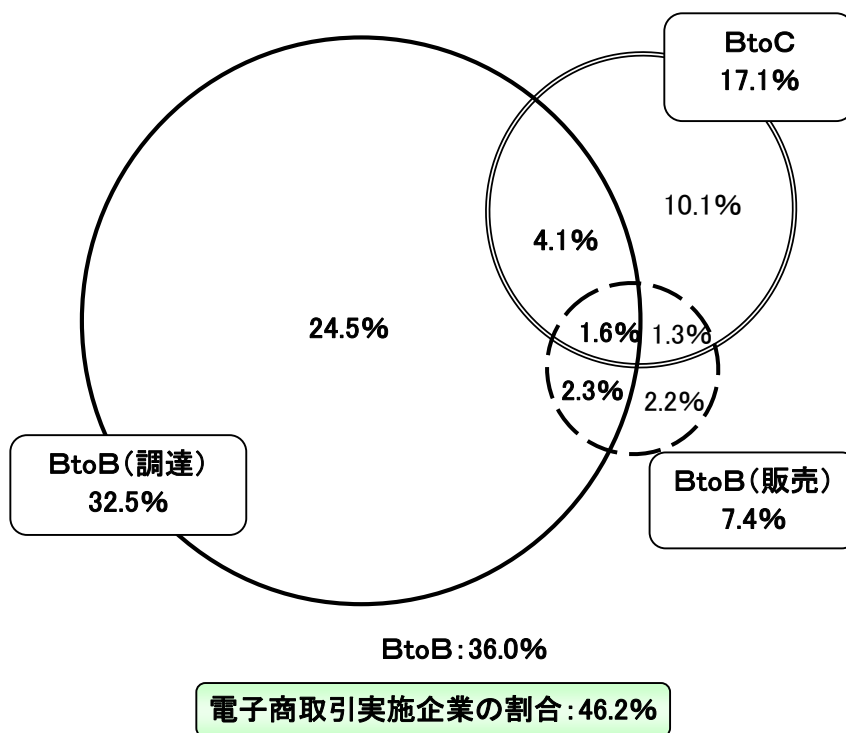


第3章 電子商取引

1 電子商取引の導入

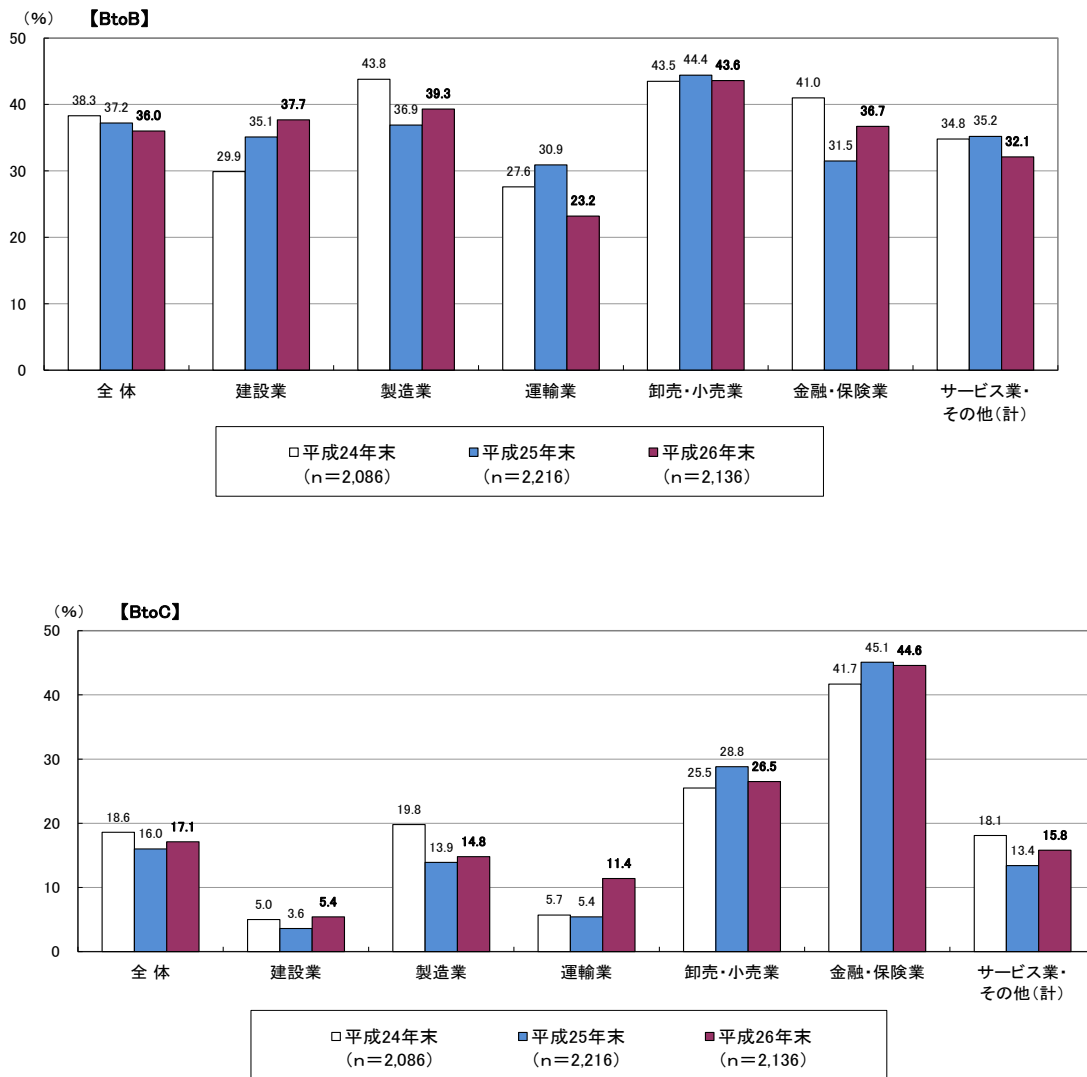
電子商取引実施を実施（インターネットを利用して企業向けの販売、企業からの調達、一般消費者向けの販売のいずれかを実施）している企業の割合は、46.2%となっている。下図はその構成で、企業からの調達（B to B（調達））を実施している企業が 32.5%、企業への販売（B to B（販売））を実施している企業が 7.4%で、調達と販売のいずれかを行っている企業（B to B 実施率）は 36.0%、一般消費者向け販売を行っている企業（B to C）は 17.1%となっている（図表 3-1 参照）。

図表 3-1 電子商取引の構造(平成 26 年末)



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）の実施状況の推移を産業別にみると、B to Bでは、「建設業」の割合が上昇傾向となっている。一方、B to Cでは、「運輸業」が前年から上昇している（図表 3-2 参照）。

図表 3-2 B to B 及び B to C の実施状況の推移

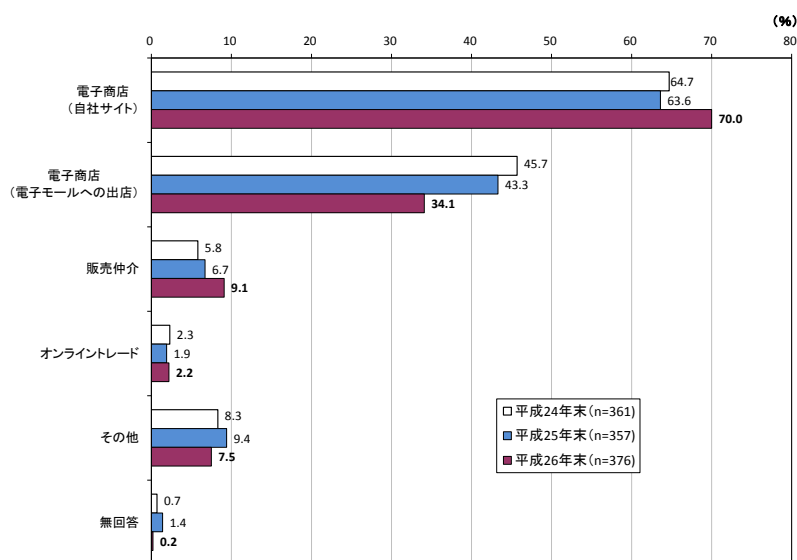


2 一般消費者への販売モデル

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企業の販売モデルをみると、「電子商店（自社サイト）」が70.0%と最も高く、次いで「電子商店（電子モールへの出店）」（34.1%）などとなっている（図表 3-3 参照）。

産業別にみると、「金融・保険業」を除いた全ての産業で「電子商店（自社サイト）」が5割を上回っている。一方、「金融・保険業」では「オンライントレード」が32.7%と、他の産業に比較して高くなっている（図表 3-4 参照）。

図表 3-3 一般消費者への販売モデル



図表 3-4 属性別一般消費者への販売モデル(平成 26 年末)

単位: %

	集計企業数	インターネット販売の方法					
		(電子商店 自社サイト)	(電子商店 電子モールへの 出店)	販売 仲介	オン ライ ント レ ー ド	そ の 他	無 回 答
全体	376	70.0	34.1	9.1	2.2	7.5	0.2
〔産業分類〕							
建設業	19	57.6	25.7	11.1	-	16.9	4.5
製造業	59	69.1	47.1	5.2	-	3.5	-
運輸業	39	59.1	11.8	12.4	3.5	23.3	-
卸売・小売業	95	73.8	48.0	1.6	1.5	3.9	-
金融・保険業	88	39.3	1.3	18.3	32.7	22.2	1.3
サービス業・その他(計)	76	72.4	18.2	17.7	1.7	9.0	0.2
不動産業	20	69.8	11.7	24.3	-	5.8	5.8
サービス業、その他	56	72.5	18.4	17.5	1.7	9.1	-
〔従業者規模〕							
100~299人	216	65.6	34.8	9.9	2.3	6.4	0.2
300人以上計	160	78.8	32.7	7.5	2.0	9.8	0.1
300~499人	37	79.0	39.1	9.1	0.7	16.6	-
500~999人	42	87.5	17.6	1.2	1.4	10.5	-
1,000~1,999人	29	67.1	51.7	1.3	2.7	3.5	-
2,000人以上	52	75.5	30.5	19.2	4.2	4.5	0.6

3 インターネットを利用した広告の導入

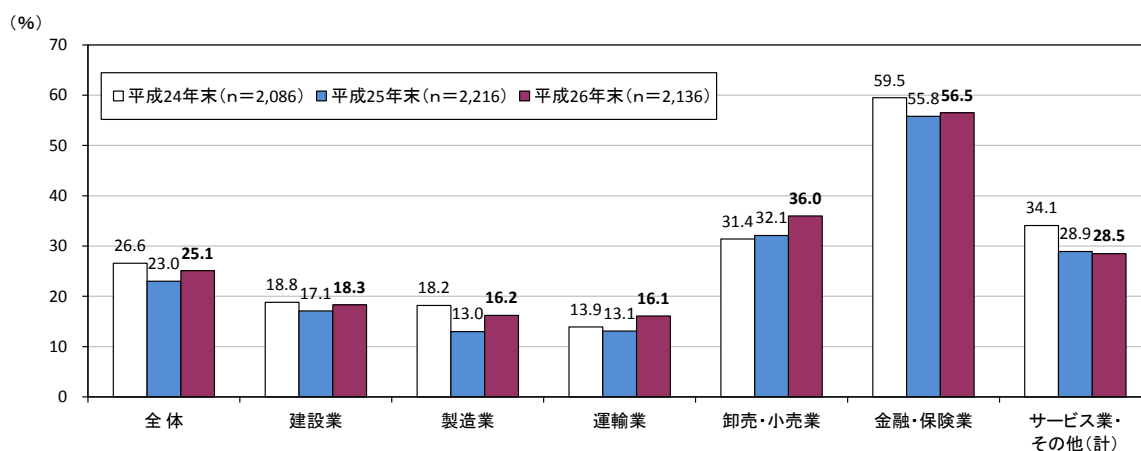
(1) インターネットを利用した広告の導入

インターネットを利用した広告を行っている企業の割合は25.1%となっている。

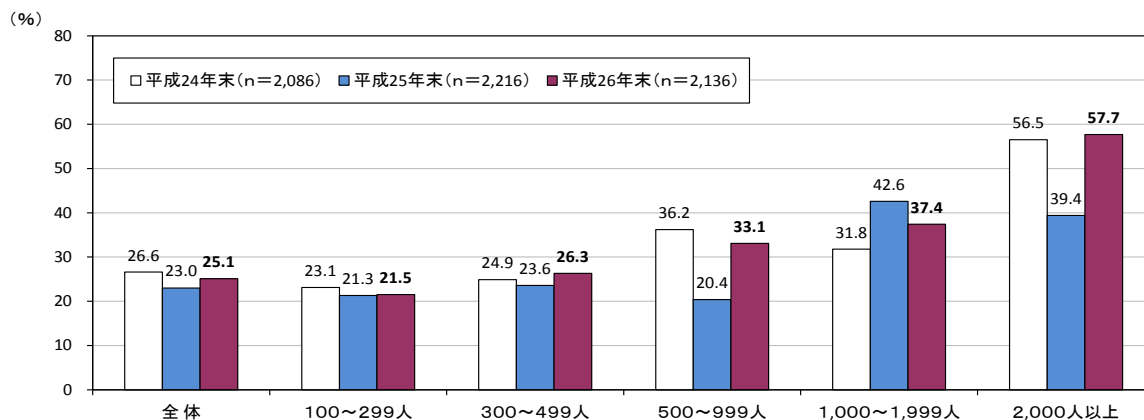
産業別にみると、「金融・保険業」が56.5%で最も高く、次いで「卸売・小売業」(36.0%)、「サービス業・その他(計)」(28.5%)などとなっている(図表3-5参照)。

従業員規模別にみると、「2,000人以上」が57.7%と最も高く、次いで「1,000~1,999人」(37.4%)、「500~999人」(33.1%)などとなっている(図表3-6参照)。

図表 3-5 産業別インターネットを利用した広告の導入状況の推移

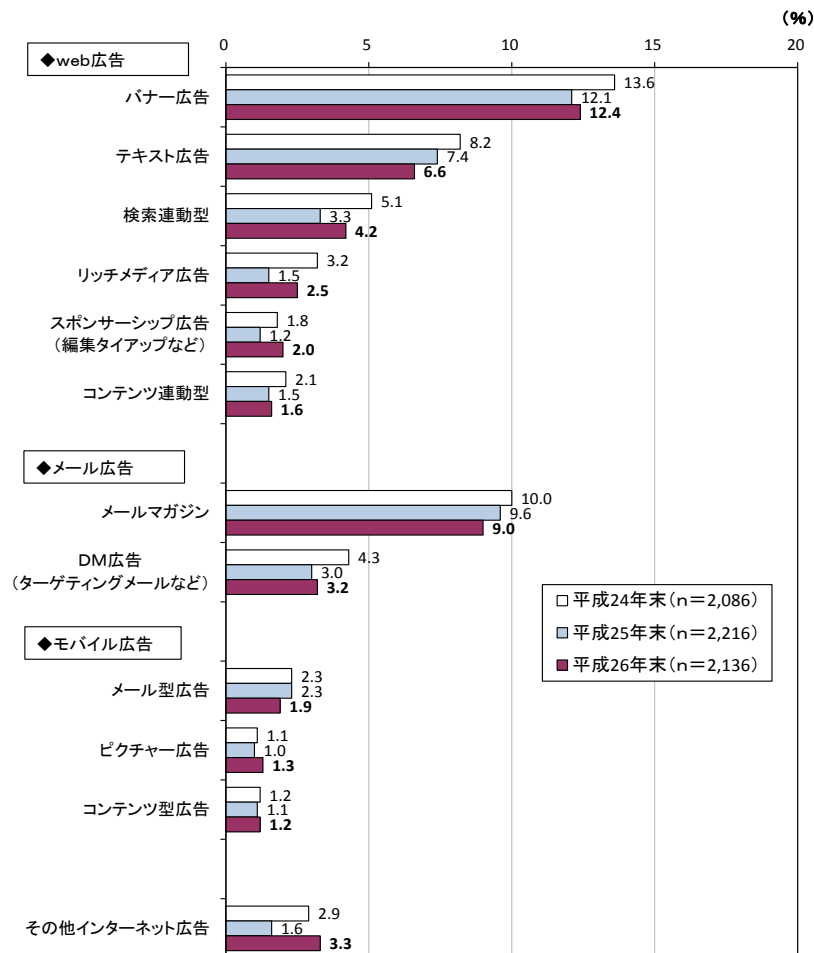


図表 3-6 従業員規模別インターネットを利用した広告の導入状況の推移



広告の種類別にみると、「バナー広告」の割合が12.4%と最も高く、次いで「メールマガジン」(9.0%)、「テキスト広告」(6.6%) などとなっている(図表 3-7 参照)。

図表 3-7 インターネットを利用した広告の種類別導入状況の推移



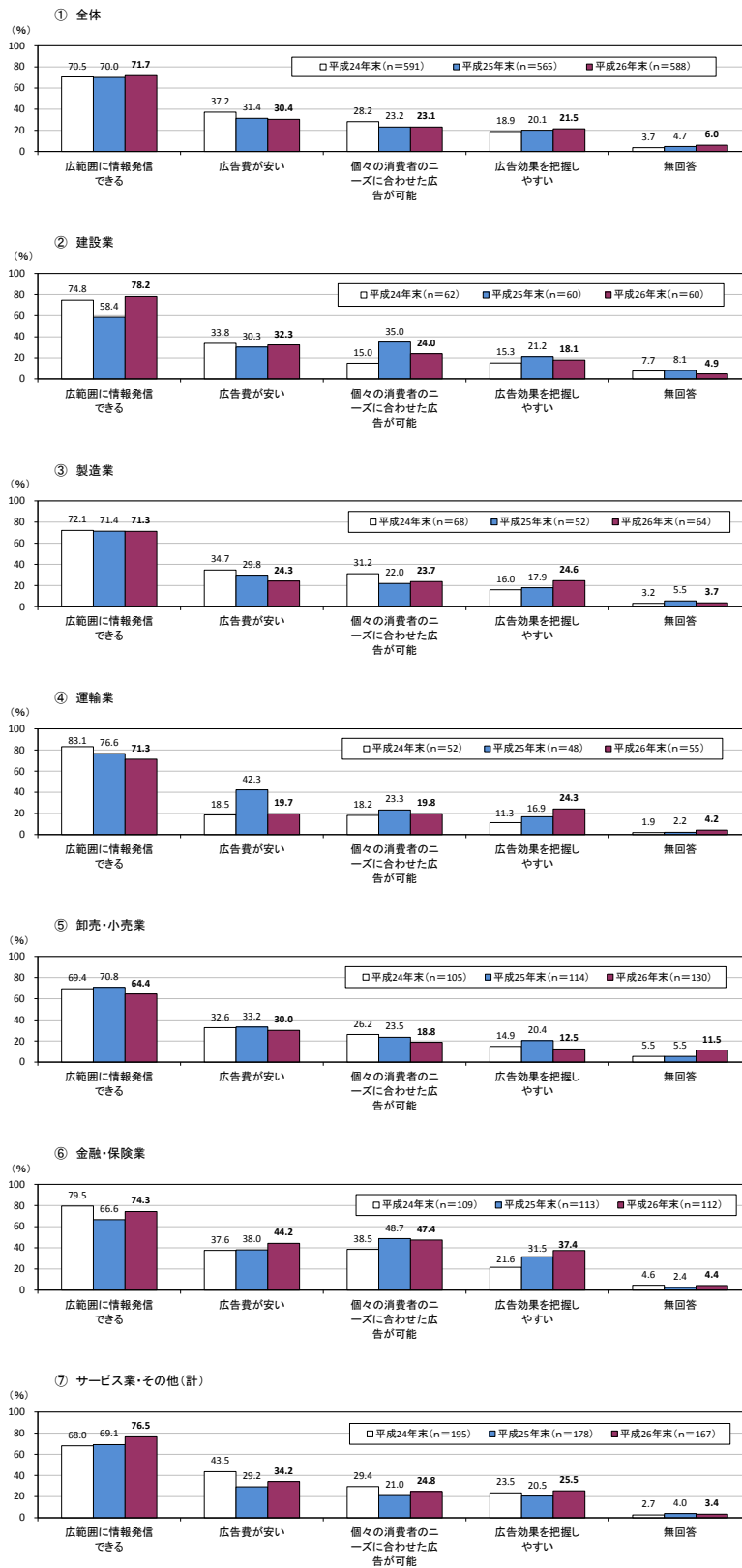
(2) インターネットを利用した広告を行う理由

インターネットを利用した広告を行っている企業の理由をみると、「広範囲に情報発信できる」の割合が71.7%と最も高く、次いで「広告費が安い」(30.4%)、「個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能」(23.1%) などとなっている。

産業別にみると、いずれの産業も「広範囲に情報発信できる」が最も高くなっている。

また、「金融・保険業」では「個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能」が5割近くとなっており、他の産業よりも高くなっている(図表 3-8 参照)。

図表 3-8 産業別インターネットを利用した広告を行う理由の推移



第4章 ICTを利用したシステムやツールの導入

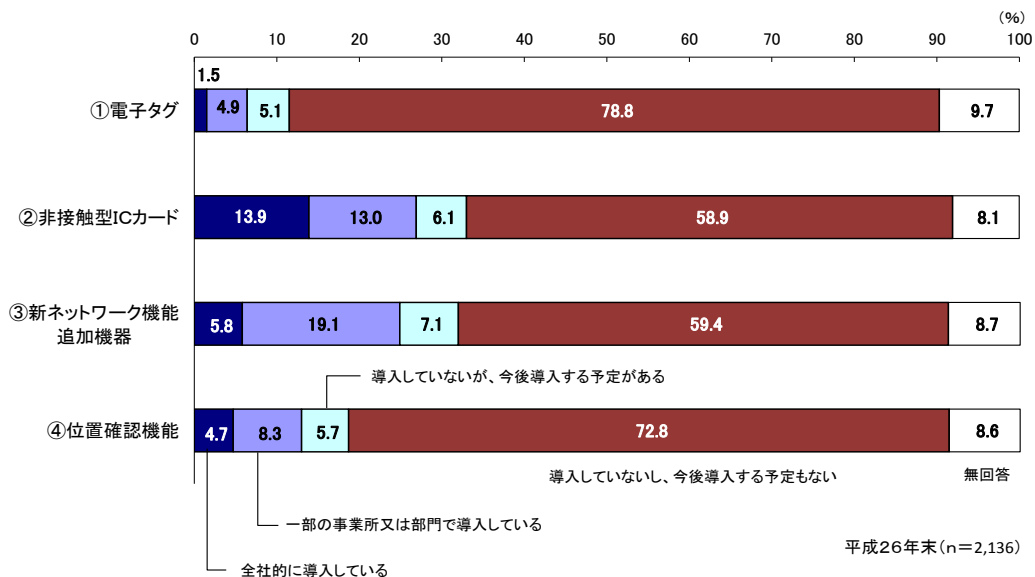
ここでいうICTを利用したシステムやツールとは、無線通信技術を利用した次の①～④を指している。

- 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 (以下「電子タグ」という。)
- 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

上記①～④のいずれかを導入している企業の割合は45.4%となっている (図表 4-2 参照)。

ツール別にみると、「非接触型 IC カード」が26.9%、「新ネットワーク機能追加機器」が24.8%と高く、次いで「GPS、携帯電話などの位置確認機能」(12.9%)、「電子タグ」(6.4%)となっている (図表 4-1 参照)。

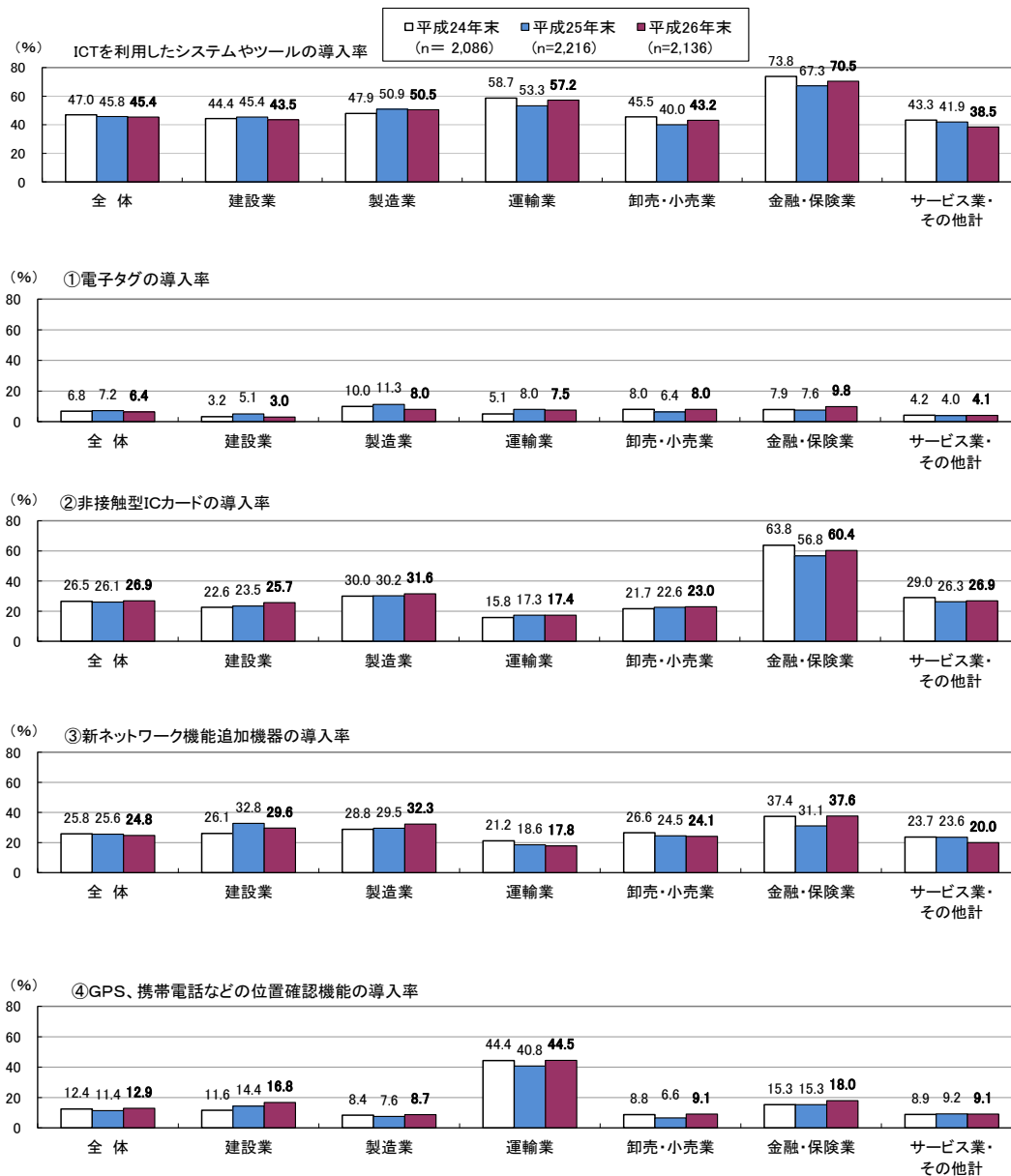
図表 4-1 ICTを利用したシステムやツールの導入状況 (平成26年末)



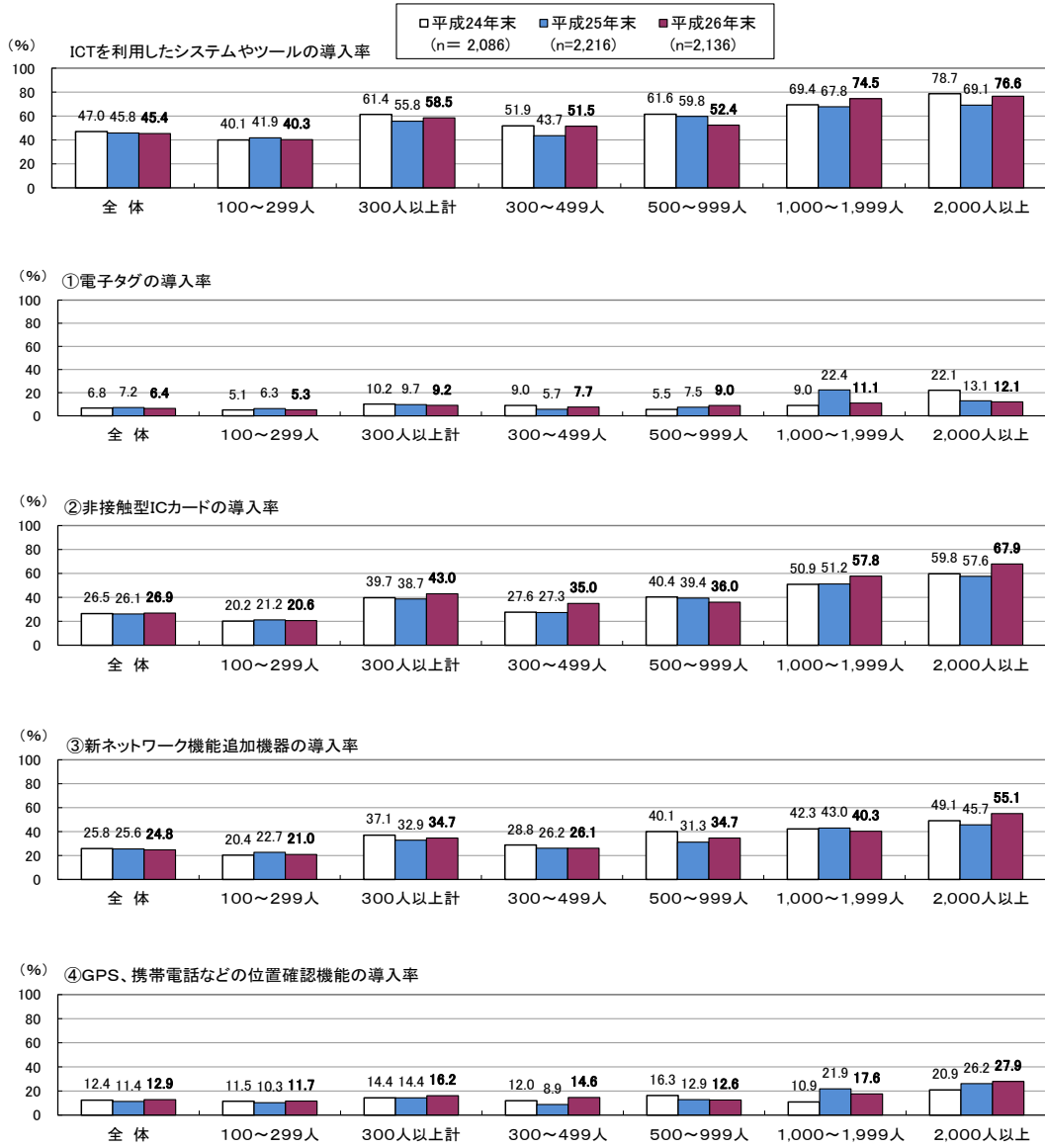
産業別にみると、ICTを利用したシステムやツールを導入している企業は「金融・保険業」が70.5%と最も高くなっている。また、「運輸業」は「GPS、携帯電話などの位置確認機能」が4割を上回っており、他の産業に比較して高くなっている（図表 4-2 参照）。

従業者規模別にみると、従業員規模の大きい企業ほど導入している企業の割合も高い傾向となっている（図表 4-3 参照）。

図表 4-2 産業別ICTを利用したシステムやツールの導入状況の推移

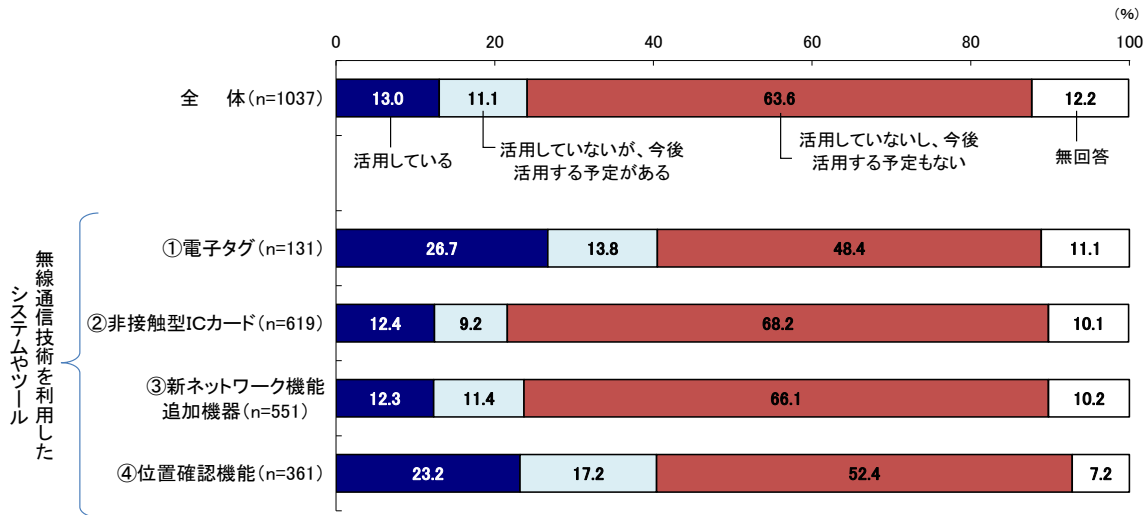


図表 4-3 従業員規模別ICTを利用したシステムやツールの導入状況の推移



ICTを利用したシステムやツールを導入している企業のうち、システムやツールで収集した情報を分析して、商品開発やマーケティング等へ「活用している」企業の割合は13.0%、「活用していないが、今後活用する予定がある」は11.1%、「活用していないし、今後活用する予定もない」は63.6%となっている（図表4-4参照）。

図表 4-4 ICTを利用したシステムやツールからの情報分析の活用状況(平成26年末)



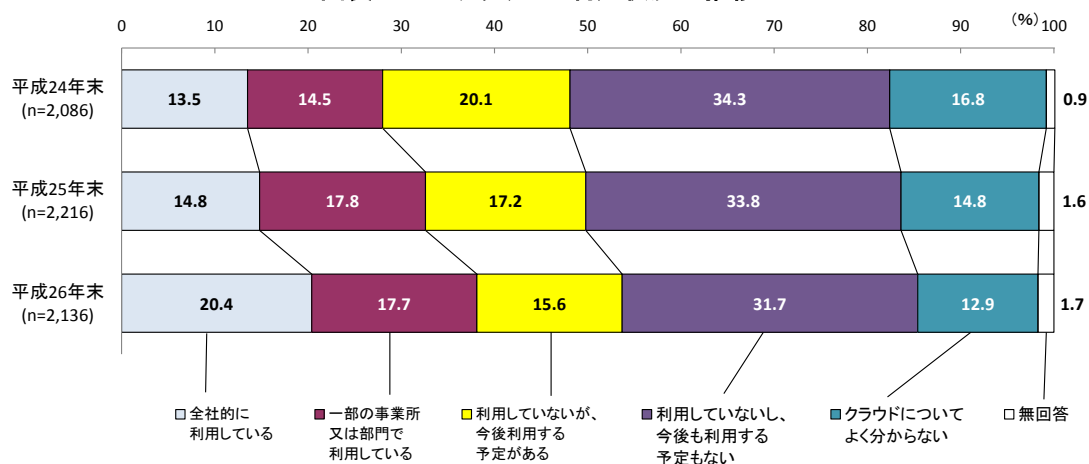
第5章 クラウドコンピューティング

1 クラウドコンピューティングの利用状況

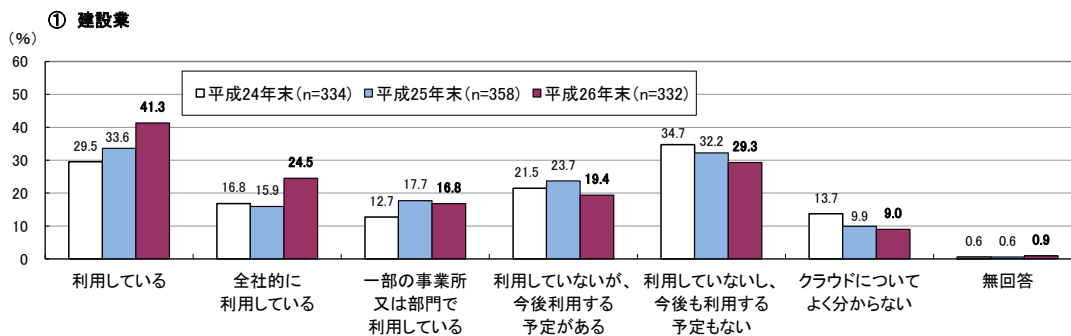
クラウドコンピューティング（以下「クラウド」という。）を「全社的に利用している」企業の割合は20.4%、「一部の事業所又は部門で利用している」は17.7%となっており、それらを合わせたクラウド利用企業の割合は38.1%と年々上昇している。一方で、「クラウドサービスについてよく分からない」は年々低下している（図表5-1 参照）。

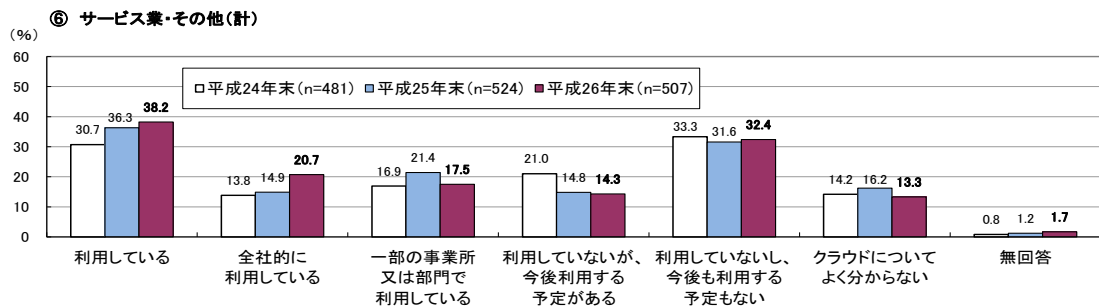
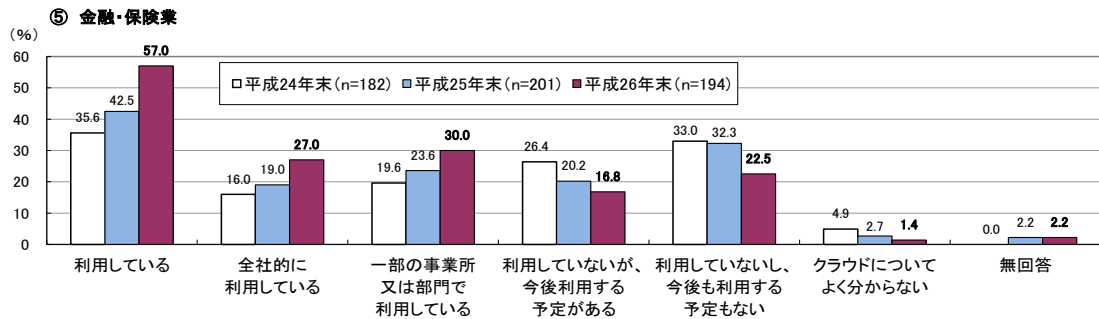
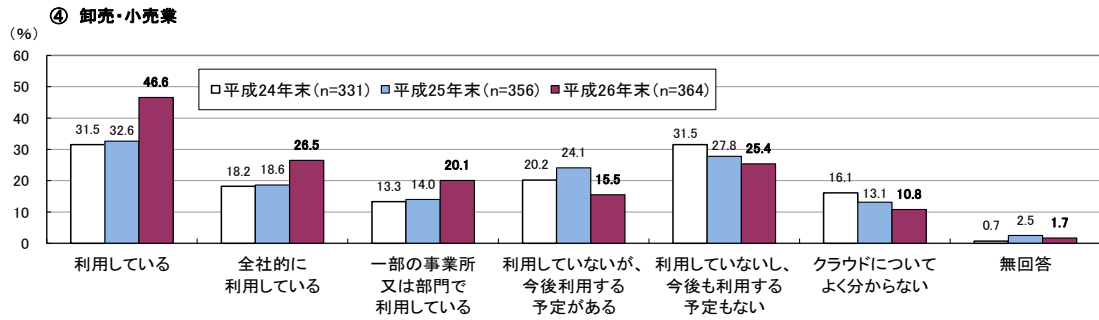
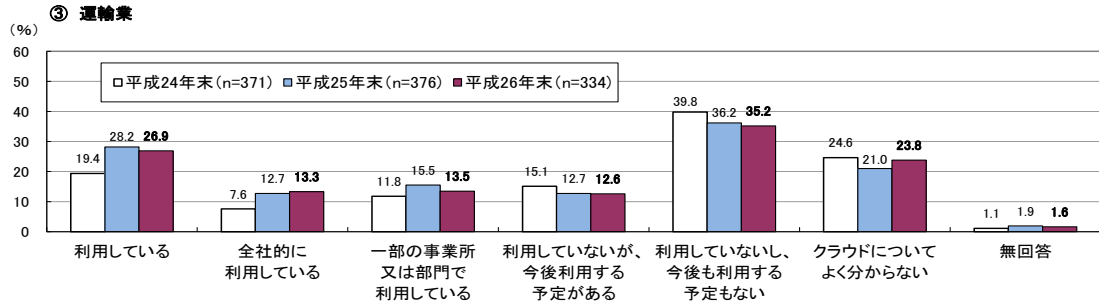
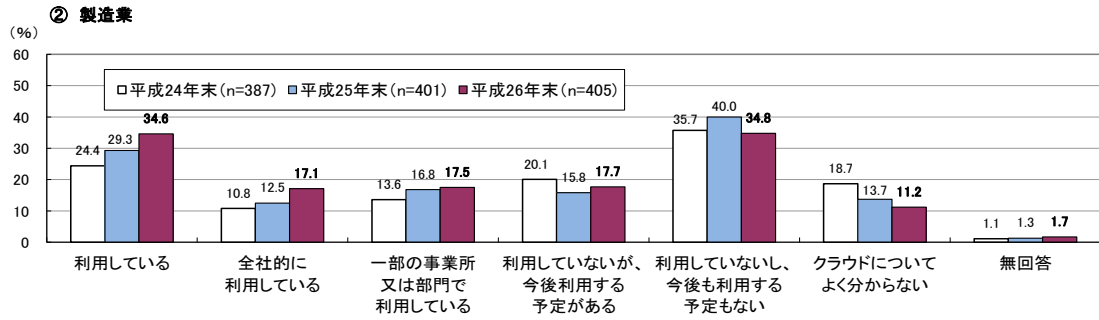
産業別にみると、「金融・保険業」の割合が57.0%と過半数の企業がクラウドを利用している（図表5-2 参照）。

図表 5-1 クラウドの利用状況の推移



図表 5-2 産業別クラウドの利用状況の推移

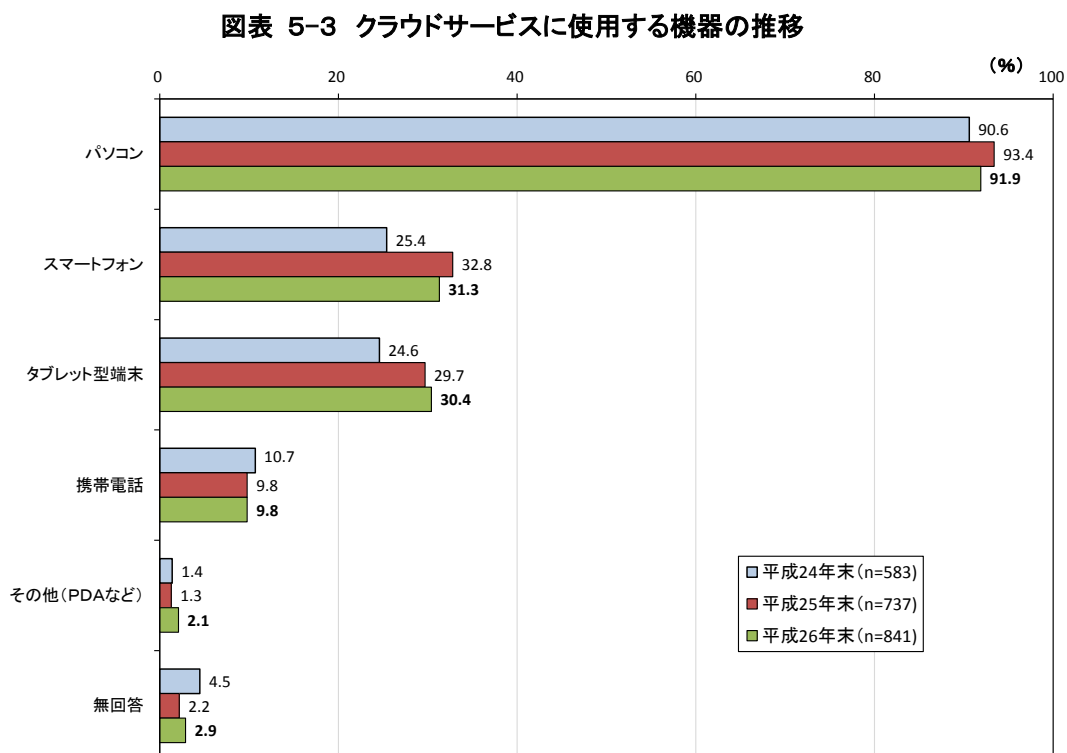




2 クラウドの利用状況

(1) クラウドサービスに使用する機器

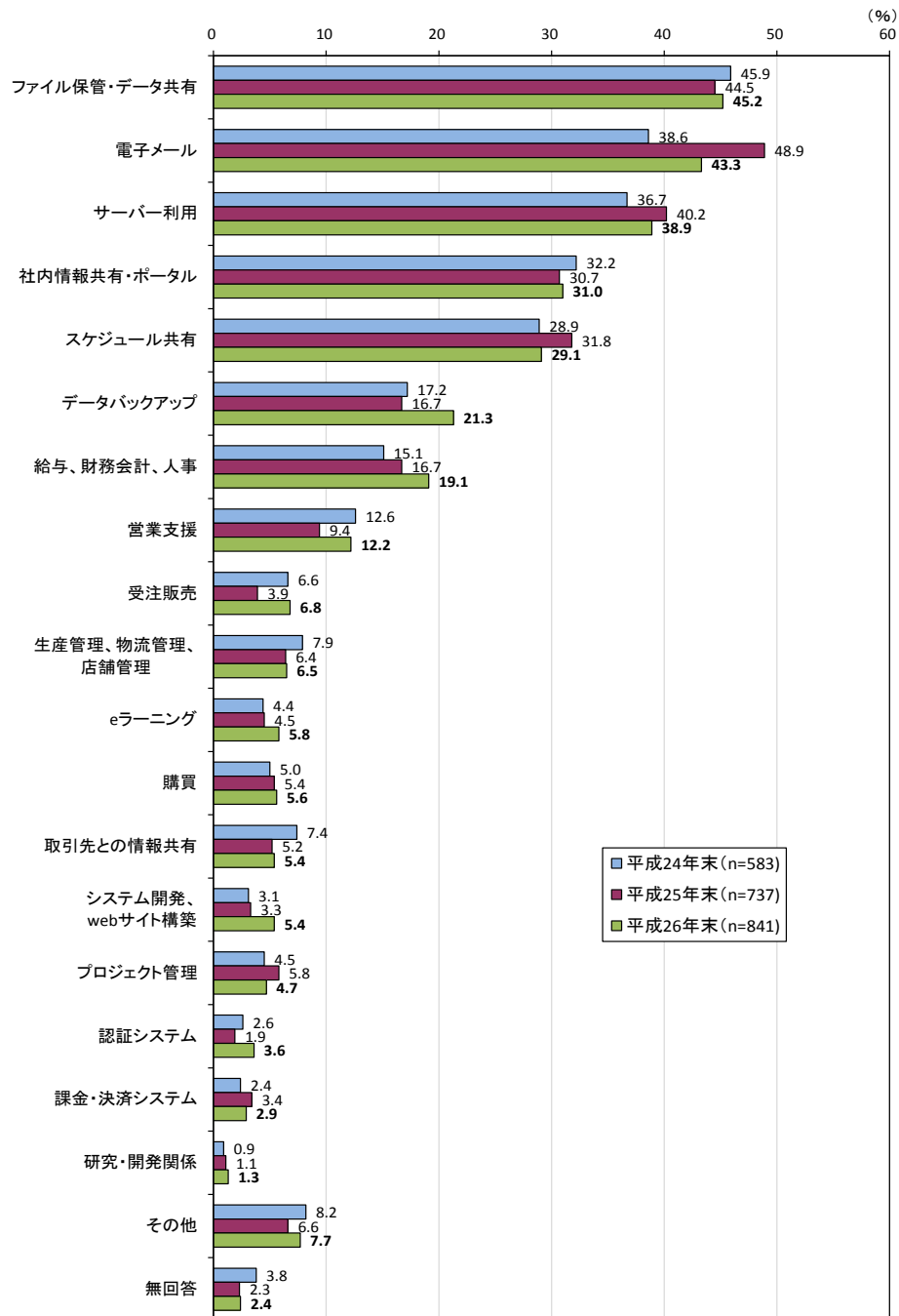
クラウド利用企業のクラウドサービスに使用する機器をみると、「パソコン」が 91.9%と最も高く、次いで「スマートフォン」(31.3%)、「タブレット型端末」(30.4%) などとなっている(図表 5-3 参照)。



(2) 利用しているクラウドの内容

クラウド利用企業が具体的に利用しているサービスの内容をみると、「ファイル保管・データ共有」(45.2%) 及び「電子メール」(43.3%) で4割を上回っている(図表 5-4 参照)。

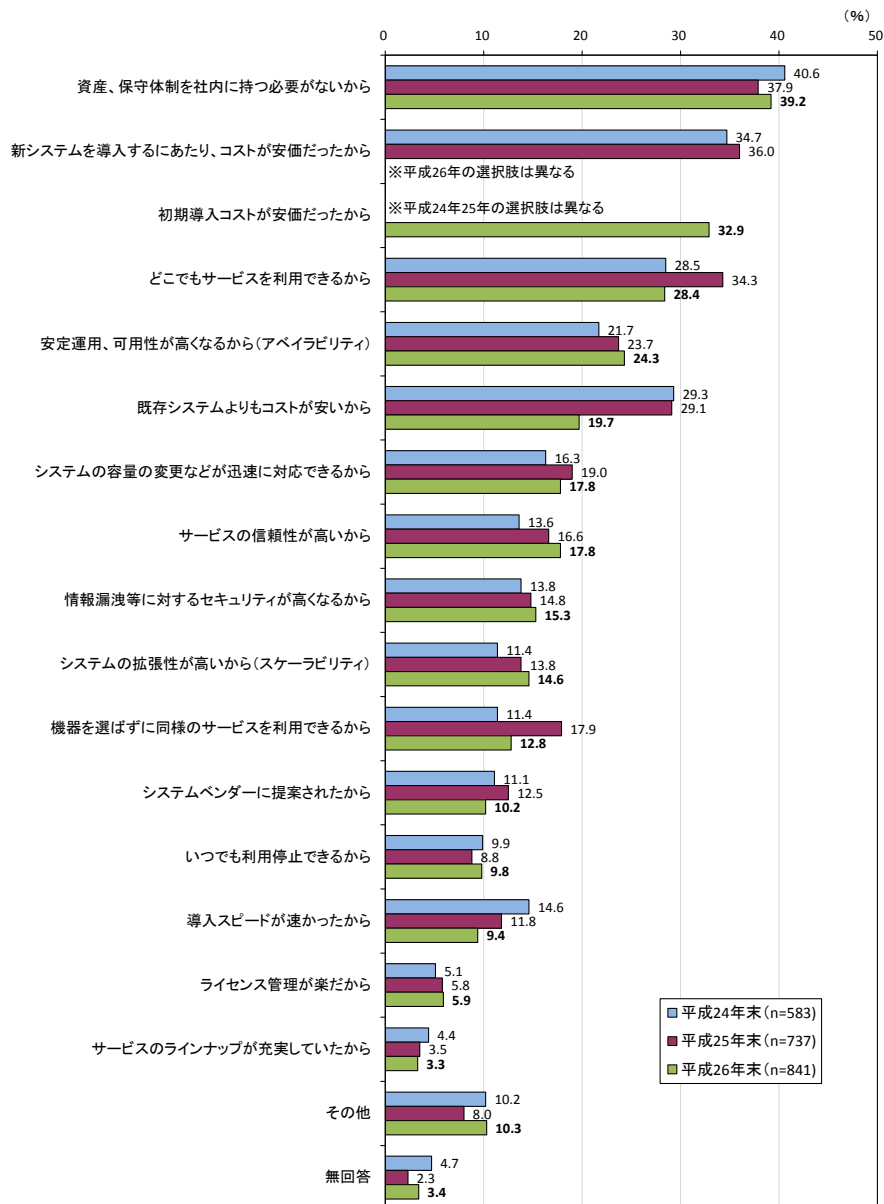
図表 5-4 クラウドの利用内容の推移



(3) クラウドを利用している理由

クラウド利用企業の利用している理由をみると、「資産、保守体制を社内に持つ必要がないから」(39.2%) 及び「初期導入コストが安価だったから」(32.9%) で3割を上回っている。(図表 5-5 参照)。

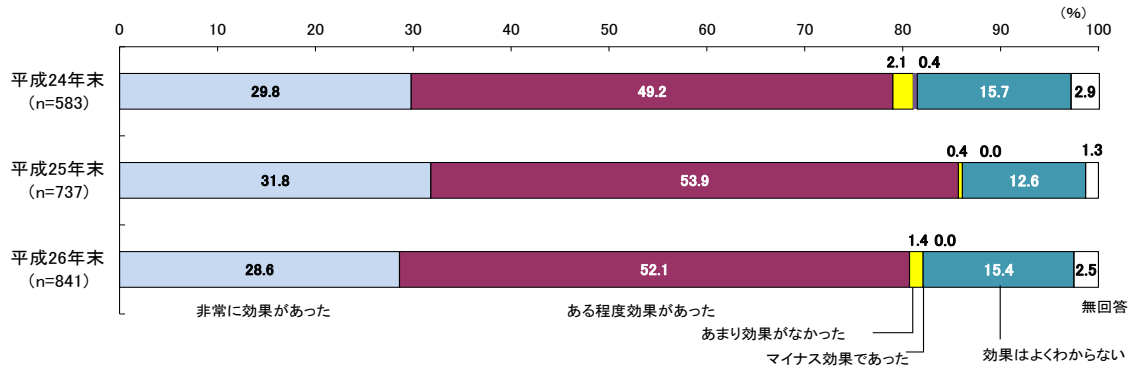
図表 5-5 クラウドを利用している理由の推移



(4) クラウドの利用効果

クラウドの利用目的に対し、「非常に効果があった」企業の割合が28.6%、「ある程度効果があった」が52.1%となっており、両者を合わせると効果があった企業の割合は80.7%となっている（図表 5-6 参照）。

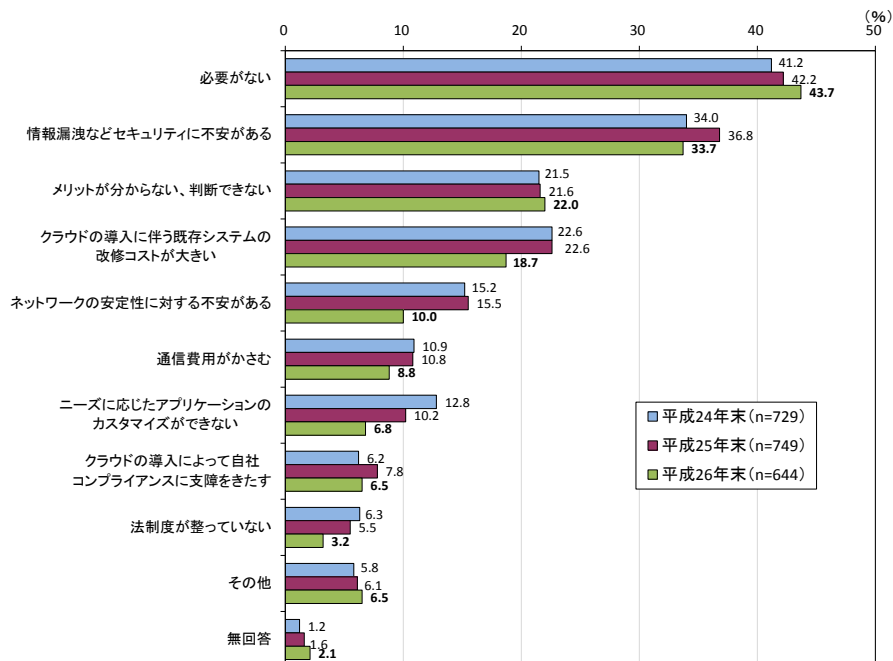
図表 5-6 クラウドの利用効果の有無の推移



(5) クラウドを利用しない理由

クラウドを利用していない企業の理由をみると、「必要がない」の割合が43.7%で最も高く、次いで「情報漏洩などセキュリティに不安がある」(33.7%)、「メリットが分からない、判断できない」(22.0%)、「クラウドの導入に伴う既存システムの改修コストが大きい」(18.7%) などとなっている（図表 5-7 参照）。

図表 5-7 クラウドを利用しない理由の推移



第6章 テレワーク

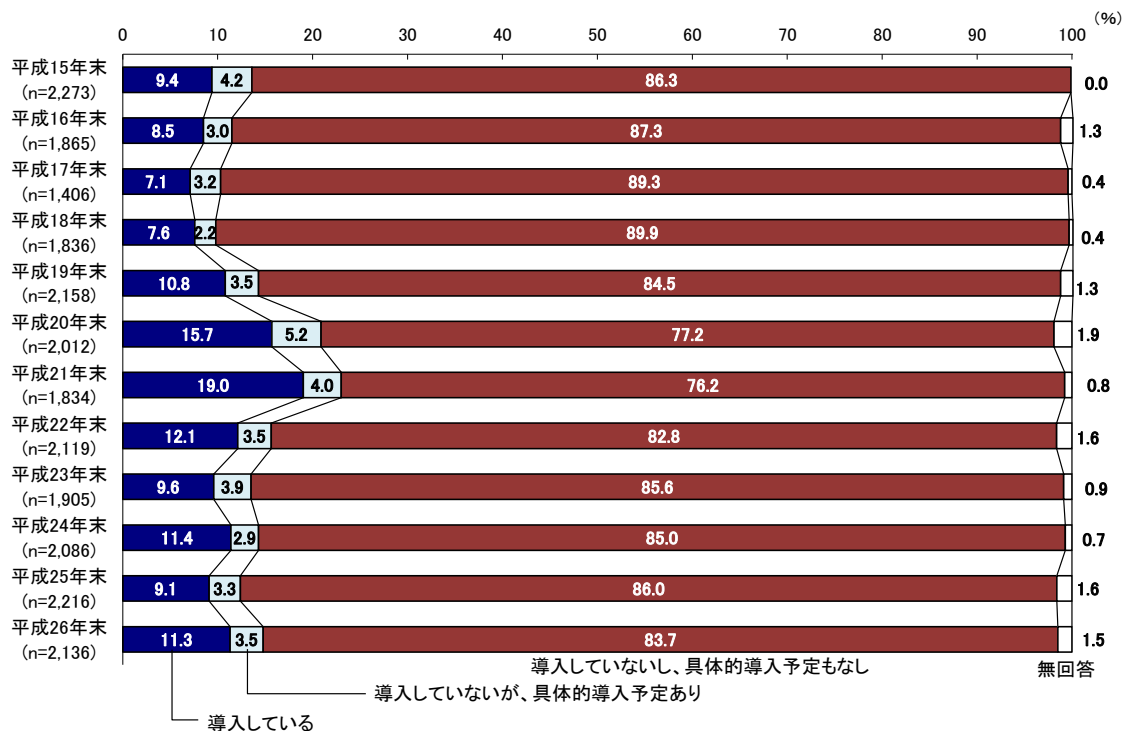
1 テレワークの導入

テレワークの導入状況を見ると、「導入している」企業の割合が 11.3%となっており、前年の 9.1%より 2.2ポイント上昇となっている（図表 6-1 参照）。

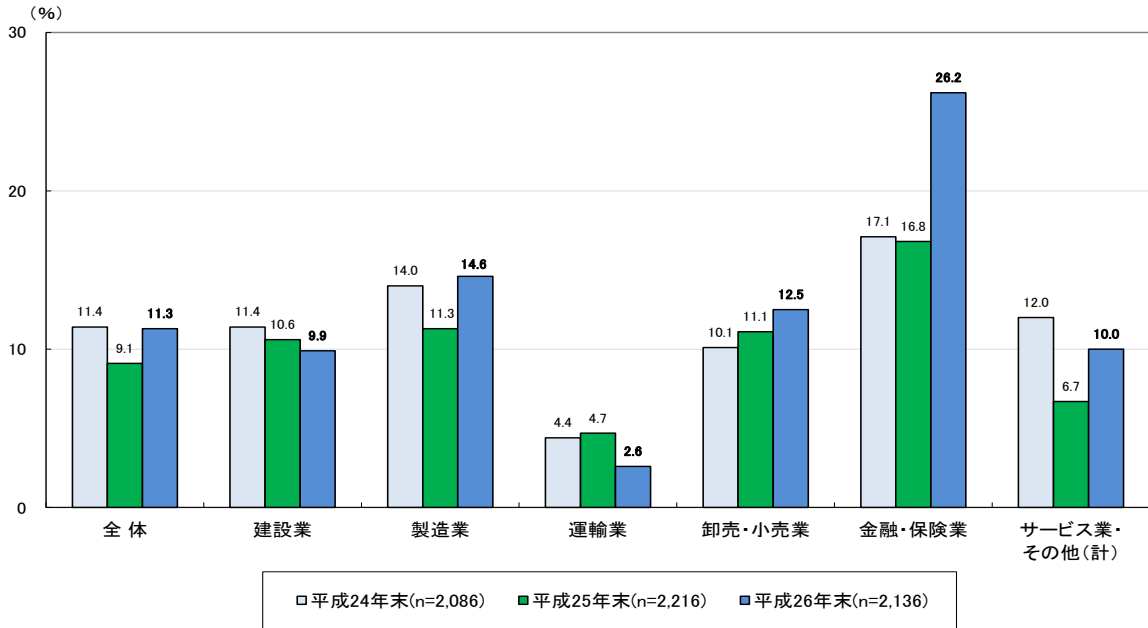
産業別にみると、「金融・保険業」が 26.2%と最も高くなっている（図表 6-2 参照）。

従業員規模別にみると、「2,000人以上」が 46.5%と高くなっているが、2,000人未満の各階層では、2割を下回っている（図表 6-3 参照）。

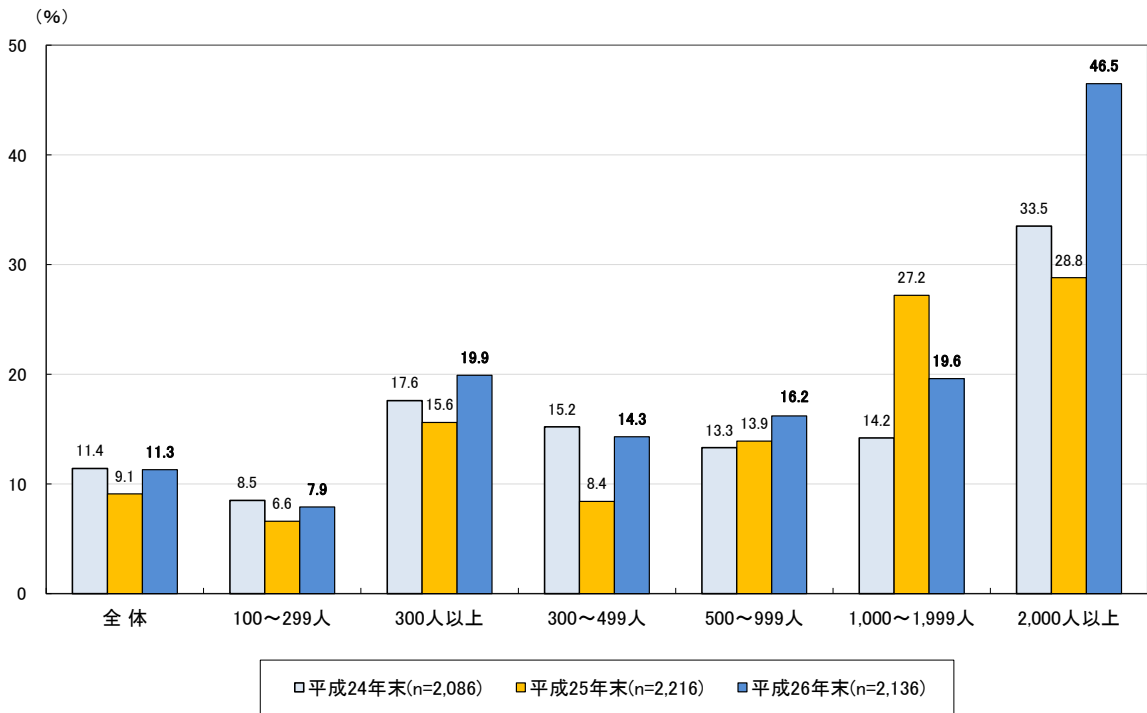
図表 6-1 テレワークの導入状況の推移



図表 6-2 産業別テレワーク導入状況の推移

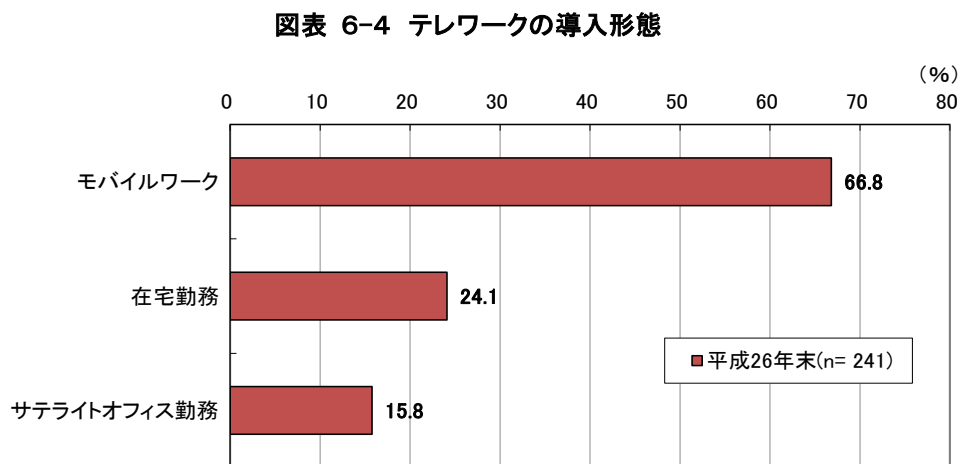


図表 6-3 従業員規模別テレワーク導入状況の推移



2 テレワークの形態

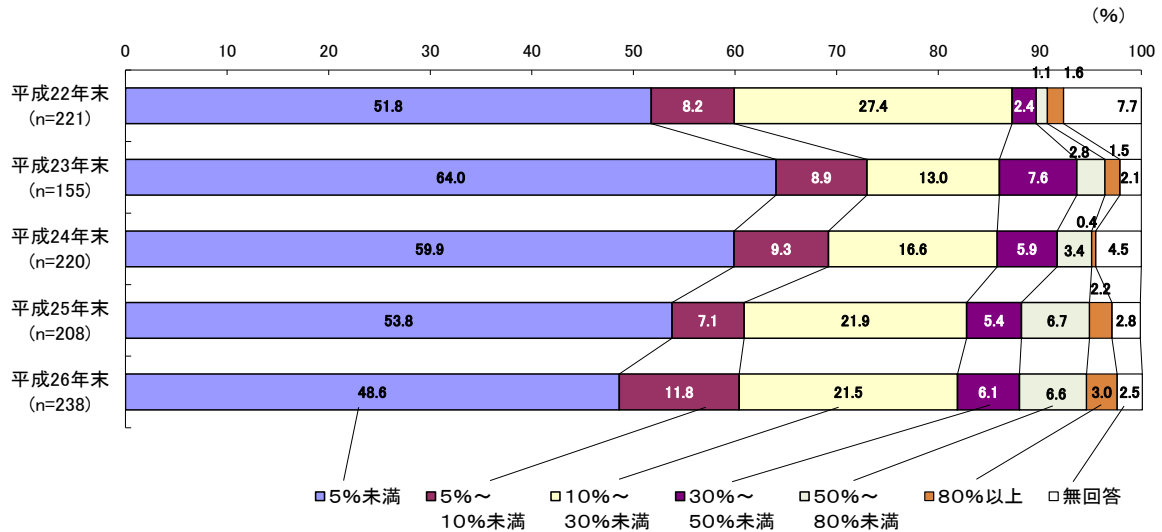
テレワーク導入企業のテレワークの導入形態をみると、「モバイルワーク」の割合が 66.8%と最も高く、次いで「在宅勤務」(24.1%)、「サテライトオフィス勤務」(15.8%)となっている(図表 6-4 参照)。



3 テレワークを利用している従業員の割合

テレワーク導入企業の実際にテレワークを利用している従業員の割合をみると、「5%未満」が48.6%と約半数を占めている（図表 6-5 参照）。

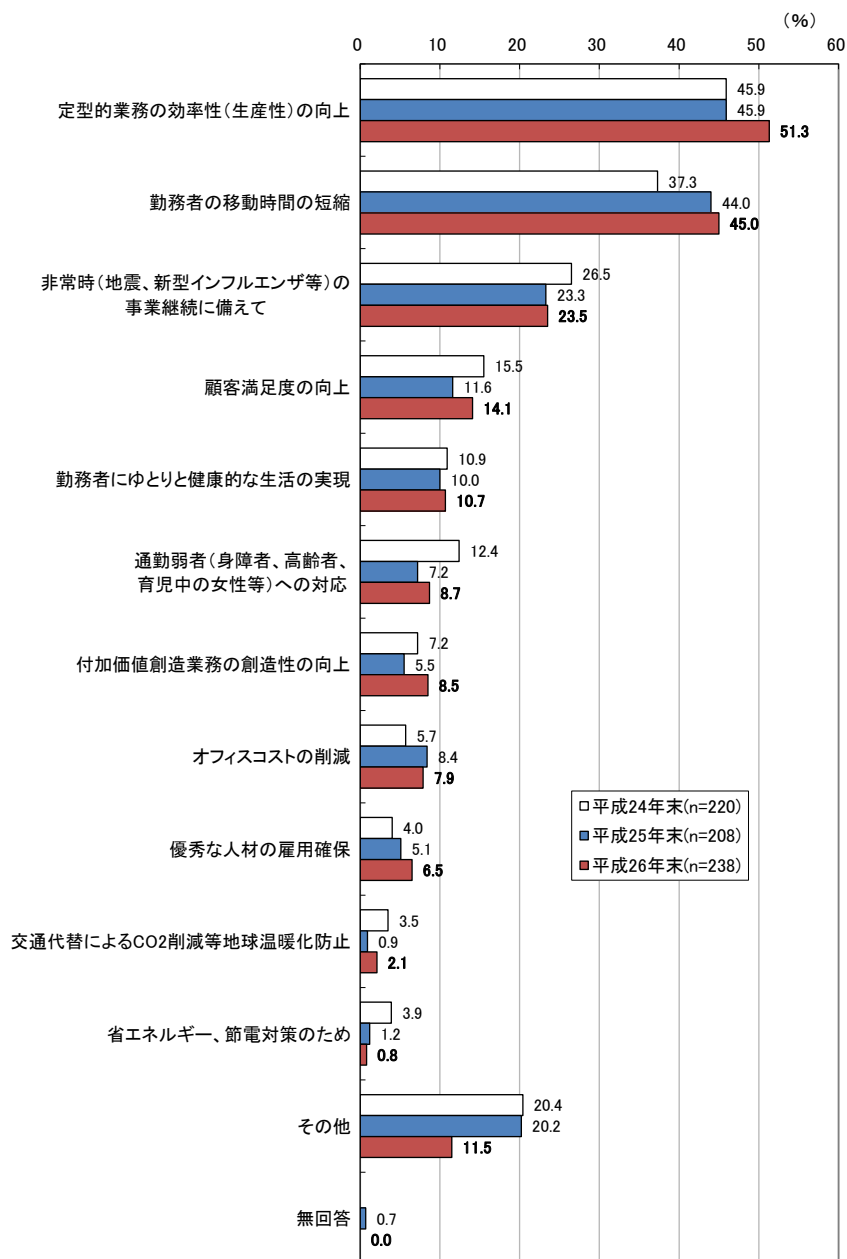
図表 6-5 テレワークを利用している従業員の割合の推移



4 テレワークの導入目的

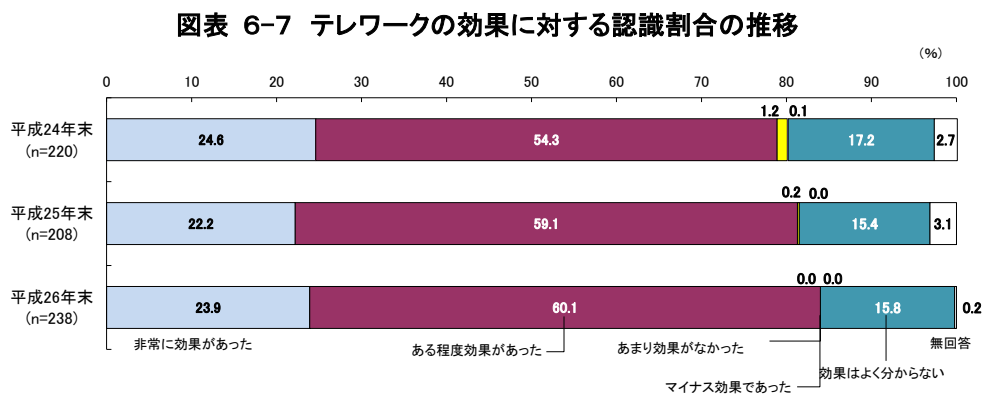
テレワーク導入の企業の導入目的をみると、「定型的業務の効率性（生産性）の向上」の割合が51.3%、「勤務者の移動時間の短縮」が45.0%などとなっている（図表 6-6 参照）。

図表 6-6 テレワークの導入目的の推移



5 テレワークの効果

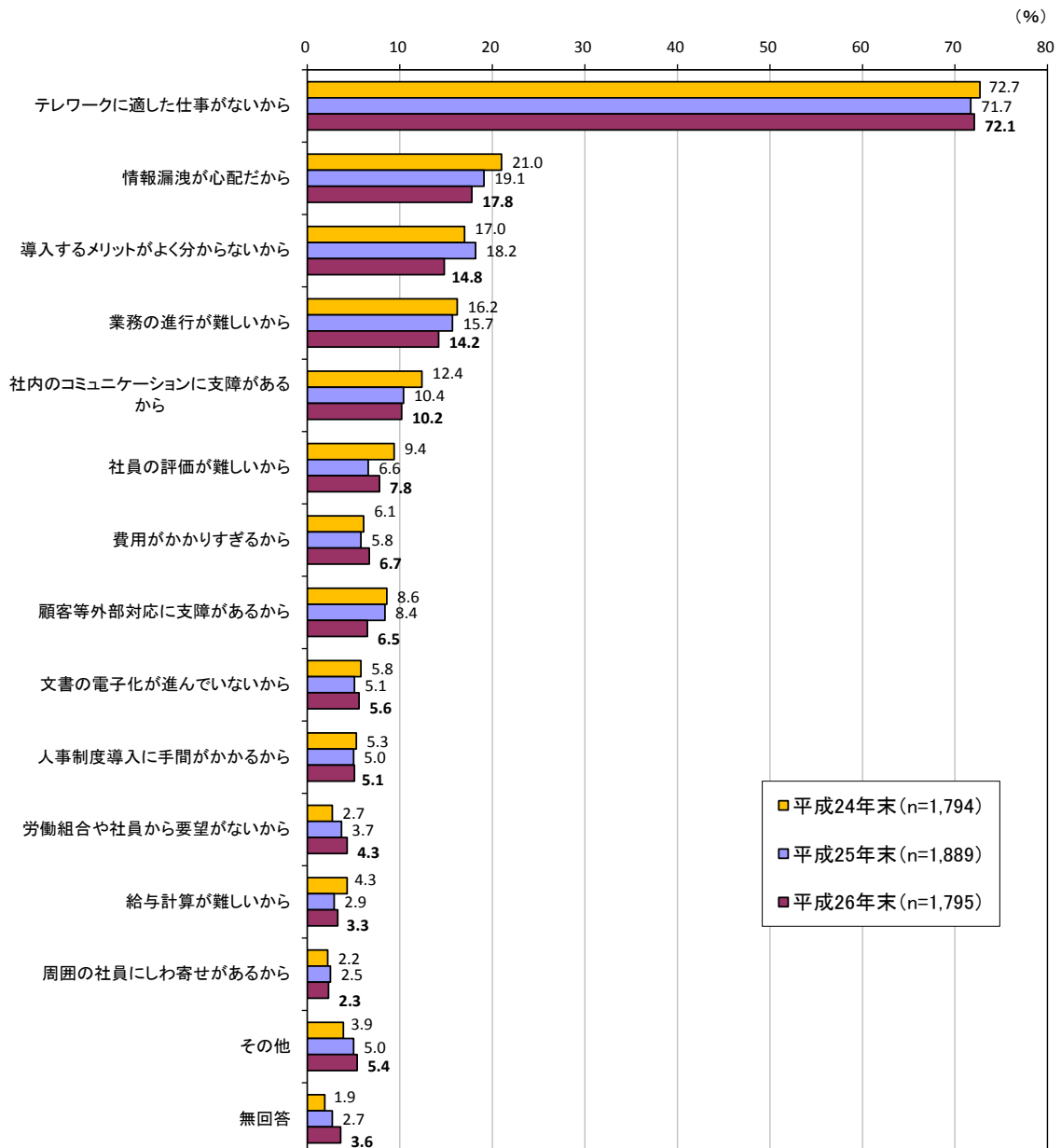
テレワーク導入企業の導入目的に対する効果の有無をみると、「非常に効果があった」企業の割合が 23.9%、「ある程度効果があった」が 60.1%と、両者を合わせると効果があった企業の割合は 84.0%となっている（図表 6-7 参照）。



6 テレワークを導入しない理由

テレワークを導入しておらず、導入予定もない企業の理由をみると、「テレワークに適した仕事がないから」の割合が72.1%と最も高く、次いで「情報漏洩が心配だから」(17.8%)、「導入するメリットがよく分からないから」(14.8%)、「業務の進行が難しいから」(14.2%) などとなっている(図表 6-8 参照)。

図表 6-8 テレワークを導入しない理由の推移

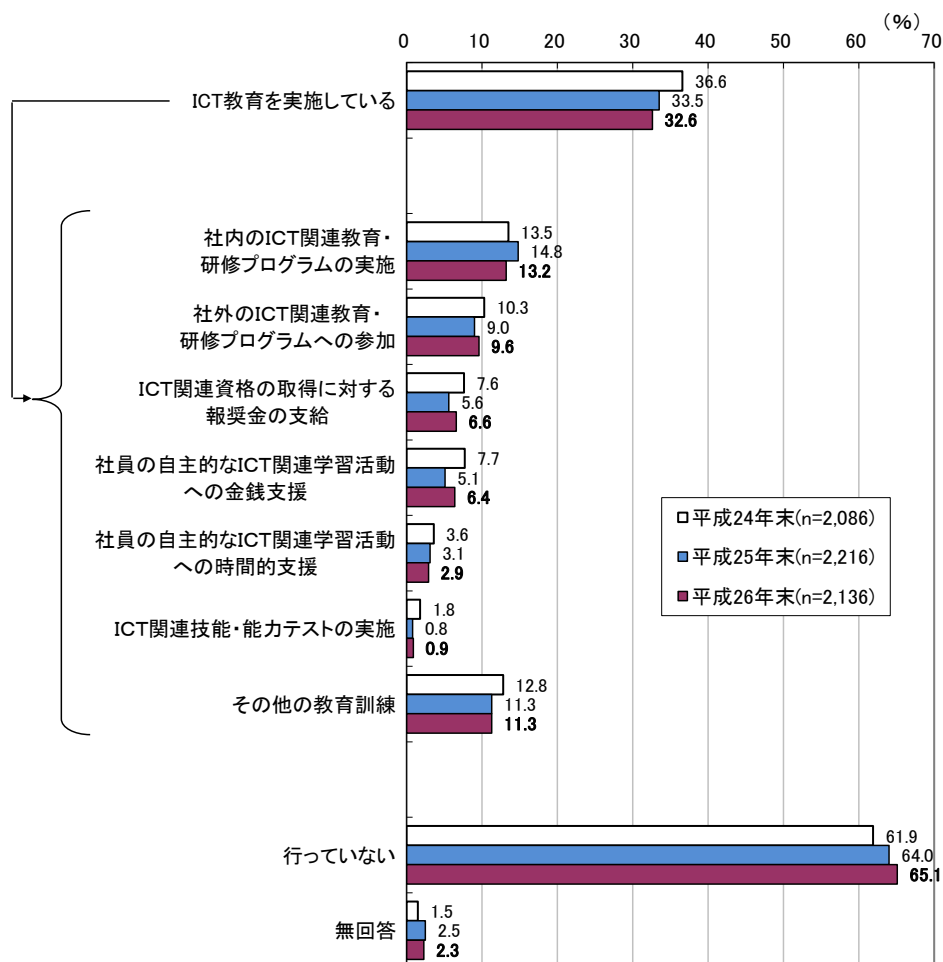


第7章 ICT教育

従業員のために何らかのICT教育を実施している企業の割合は32.6%となっている。

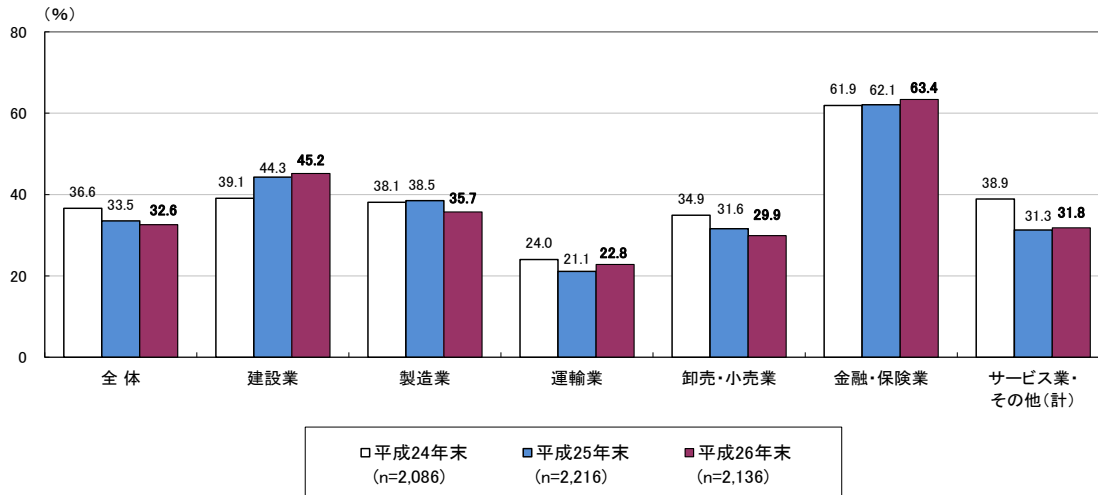
ICT教育の内容をみると、「社内のICT関連教育・研修プログラムの実施」が13.2%と最も高く、次いで「社外のICT関連教育・研修プログラムへの参加」(9.6%)、「ICT関連資格の取得に対する報奨金の支給」(6.6%)、「社員の自主的なICT関連学習活動への金銭支援」(6.4%) などとなっている(図表7-1参照)。

図表 7-1 ICT教育の状況の推移



産業別にみると、ICT教育を実施している企業の割合は「金融・保険業」が63.4%と最も高くなっている。(図表 7-2 参照)。

図表 7-2 産業別ICT教育実施率の推移



第8章 情報通信ネットワークの安全対策

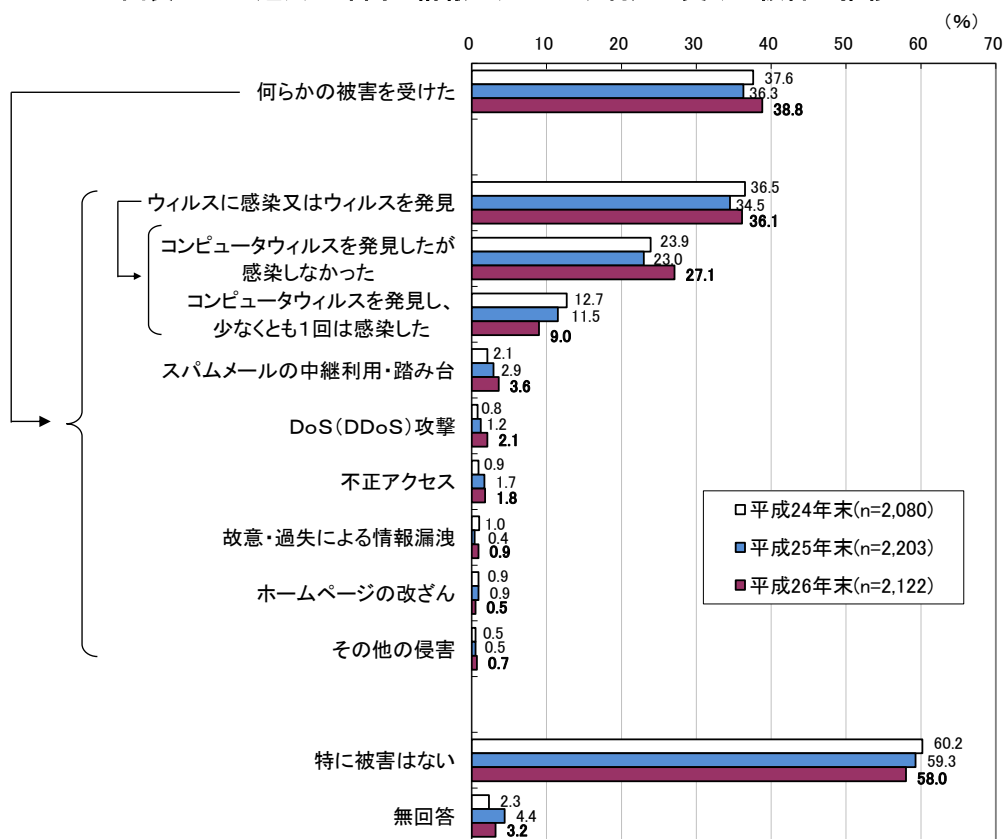
1 情報通信ネットワーク利用で受けた被害

(1) 被害状況

情報通信ネットワーク³を利用している企業のうち、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した企業の割合は38.8%となっている。

被害の内容をみると、「ウイルスに感染又はウイルスを発見」した企業の割合が36.1%となっている。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27.1%、「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9.0%などとなっている（図表8-1参照）。

図表 8-1 過去1年間に情報ネットワーク利用で受けた被害の推移



³ 企業内・企業間通信網やインターネット等をいう。以下同じ。

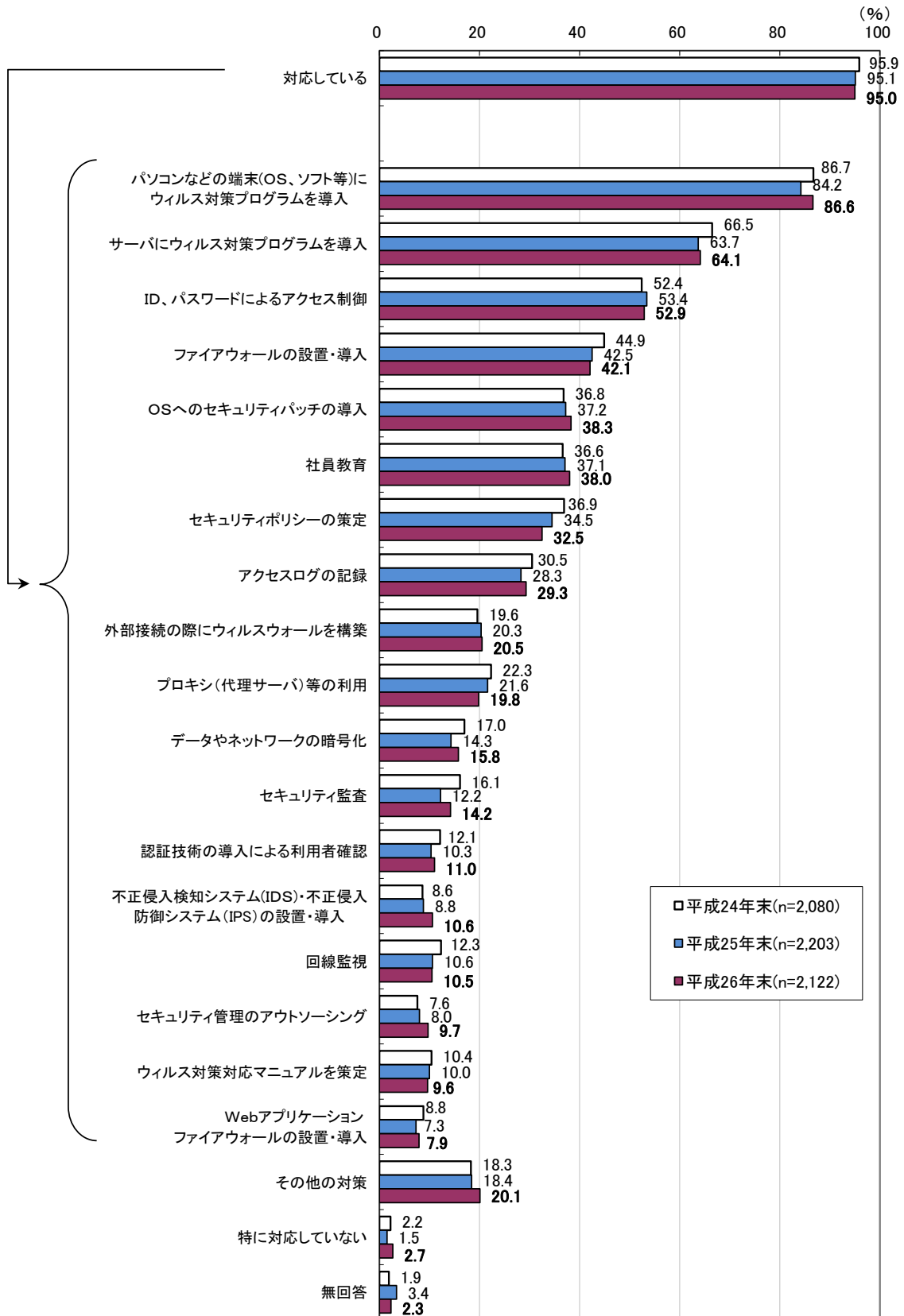
2 データセキュリティへの対応

情報通信ネットワークを利用している企業のデータセキュリティへの対応状況をみると、何らかの対応をしている企業の割合は95.0%となっている。

具体的な対応をみると、「パソコンなどの端末（OS、ソフト等）にウイルス対策プログラムを導入」が86.6%と最も高く、次いで「サーバにウイルス対策プログラムを導入」（64.1%）、「ID、パスワードによるアクセス制御」（52.9%）、「ファイアウォールの設置・導入」（42.1%）などとなっている（**図表 8-2** 参照）。

産業別に具体的な対応をみると、全ての産業で「パソコンなどの端末（OS、ソフト等）にウイルス対策プログラムを導入」が最も高くなっている。また、「金融・保険業」では上位5項目までの全ての対策で7割を上回っている（**図表 8-3** 参照）。

図表 8-2 データセキュリティへの対応状況の推移



図表 8-3 産業別データセキュリティへの対応状況(上位5位)(平成 26 年末)

単位: %

	n	1位	2位	3位	4位	5位	対策実施率
【全体】	2,122	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 86.6	サーバにウイルス対策プログラムを導入 64.1	ID、パスワードによるアクセス制御 52.9	ファイアウォールの設置・導入 42.1	OSへのセキュリティパッチの導入 38.3	95.0
産業	建設業	330 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 92.1	サーバにウイルス対策プログラムを導入 76.6	ID、パスワードによるアクセス制御 64.1	OSへのセキュリティパッチの導入 52.3	ファイアウォールの設置・導入 52.2	99.1
	製造業	401 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 89.3	サーバにウイルス対策プログラムを導入 71.9	ID、パスワードによるアクセス制御 56.7	ファイアウォールの設置・導入 49.2	OSへのセキュリティパッチの導入 45.6	97.0
	運輸業	333 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 78.3	サーバにウイルス対策プログラムを導入 52.0	ID、パスワードによるアクセス制御 35.4	社員教育 24.8	ファイアウォールの設置・導入 24.3	89.5
	卸売・小売業	361 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 86.7	サーバにウイルス対策プログラムを導入 63.7	ID、パスワードによるアクセス制御 53.0	ファイアウォールの設置・導入 42.2	OSへのセキュリティパッチの導入 39.2	96.4
	金融・保険業	194 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 95.2	ID、パスワードによるアクセス制御 85.3	サーバにウイルス対策プログラムを導入 84.9	セキュリティポリシーの策定 84.4	アクセスログの記録 78.7	97.4
	サービス業・その他(計)	503 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 85.7	サーバにウイルス対策プログラムを導入 59.1	ID、パスワードによるアクセス制御 52.2	社員教育 40.9	ファイアウォールの設置・導入 38.6	93.5

3 セキュリティポリシーの規定内容

(1) スマートフォンの業務利用に関する規定

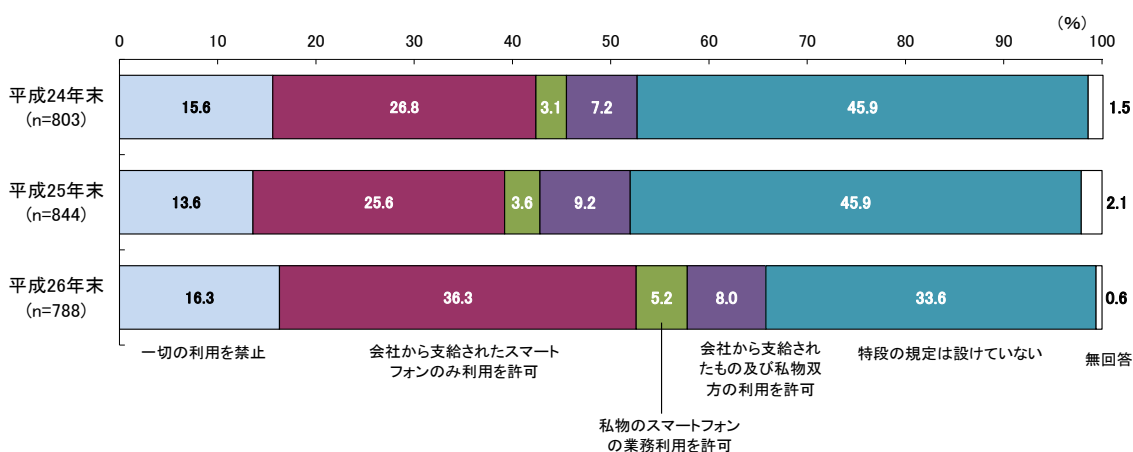
セキュリティポリシーを策定している企業のうち、スマートフォンの業務利用に関する規定を設けている企業の割合は65.8%と、前年の52.0%から13.8ポイント上昇となっている。

規定の内容をみると、「会社から支給したスマートフォンのみ利用を許可」が36.3%と最も高く、次いで「一切の利用を禁止」(16.3%)、「会社から支給したもの及び私物双方の利用を許可」(8.0%)などとなっている。一方、「特段の規定は設けていない」は33.6%となっている(図表8-4 参照)。

産業別にみると、規定を設けている企業はすべての産業で5割を上回っている。

従業員規模別にみると、規定を設けている企業は1,000人以上の各階層で7割を上回っている。また、「1,000~1,999人」の企業では、「会社から支給したスマートフォンのみ利用を許可」が5割を上回っている(図表8-5 参照)。

図表 8-4 スマートフォンの業務利用に関する規定



図表 8-5 属性別スマートフォンの業務利用に関する規定(平成 26 年末)

単位: %

	集計企業数	スマートフォンの利用規定					
		一切の利用を禁止	スマートフォンを許可した	会社から支給したスマートフォンを許可	スマートフォンの業務利用を許可	会社から支給したスマートフォンを許可	特段の規定は設けていない
全体	788	16.3	36.3	5.2	8.0	33.6	0.6
[産業分類]							
建設業	145	13.0	35.6	8.9	6.9	35.6	-
製造業	127	12.9	47.0	1.3	7.3	31.4	-
運輸業	63	16.4	29.6	7.6	3.2	43.3	-
卸売・小売業	109	12.4	38.8	7.6	5.5	33.2	2.6
金融・保険業	163	19.4	27.6	3.2	4.5	43.4	1.8
サービス業・その他(計)	181	21.5	28.4	6.1	11.2	32.7	0.1
不動産業	69	16.8	29.5	3.3	5.6	43.1	1.7
サービス業、その他	112	21.8	28.3	6.2	11.5	32.1	-
[従業者規模]							
100~299人	395	17.1	33.5	5.3	6.2	37.2	0.7
300人以上計	393	15.4	39.9	5.1	10.3	28.9	0.5
300~499人	125	21.7	38.5	5.7	8.9	24.1	1.1
500~999人	107	14.0	35.9	6.6	8.3	35.1	0.1
1,000~1,999人	66	5.1	51.8	5.6	7.8	29.3	0.4
2,000人以上	95	16.4	36.8	1.2	17.8	27.8	-

(2) ソーシャルメディアサービスの利用に関する規定

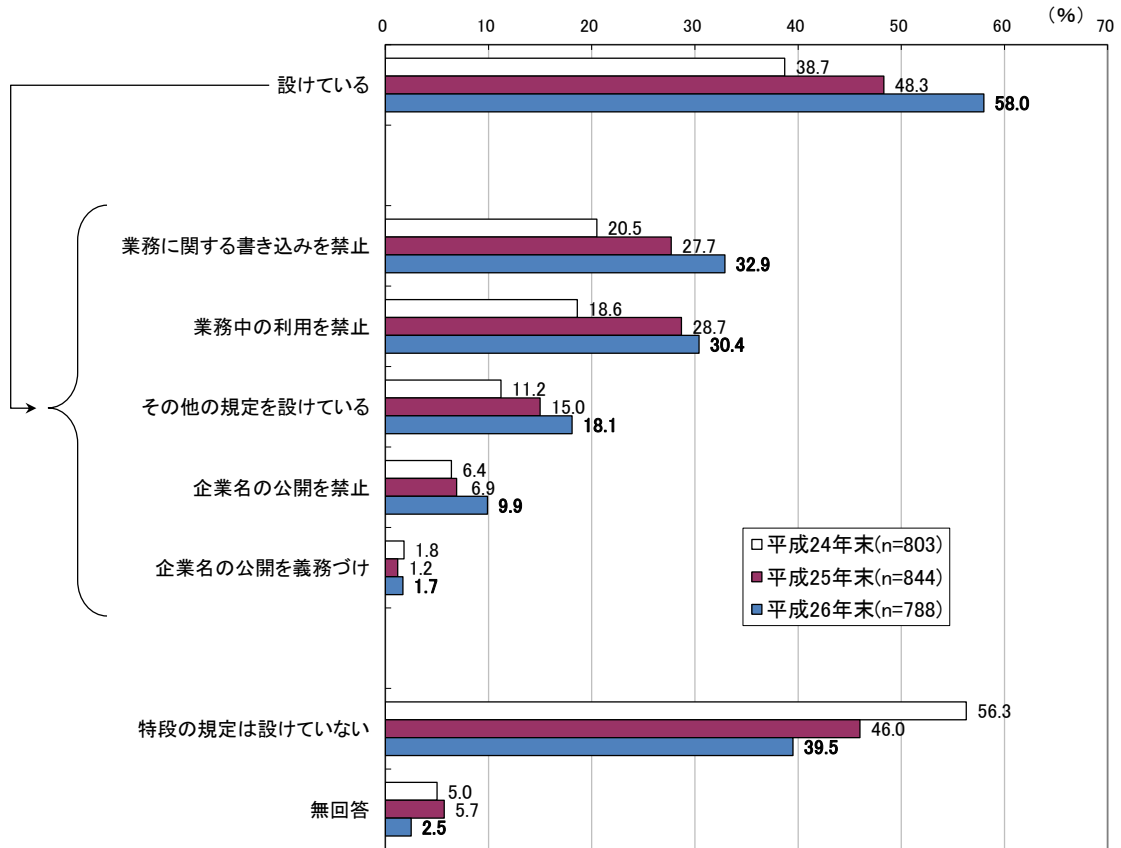
セキュリティポリシーを策定している企業のソーシャルメディアサービスの利用に関する規定の有無をみると、規定を設けている企業の割合は 58.0%と、前年の 48.3%から 9.7 ポイント上昇となっている。

規定の内容をみると、「業務に関する書き込みを禁止」(32.9%)及び「業務中の利用を禁止」(30.4%)がともに3割を上回っている。一方で、「特段の規定は設けていない」は 39.5%となっている(図表 8-6 参照)。

産業別にみると、規定を設けている企業は「サービス業、その他」が 68.5%と、7割弱となっている。

従業員規模別にみると、規定を設けている企業は「2,000人以上」が 72.4%と、7割を上回っている(図表 8-7 参照)。

図表 8-6 ソーシャルメディアサービスの利用に関する規定状況



図表 8-7 属性別ソーシャルメディアサービスの利用に関する規定状況(平成 26 年末)

単位: %

	集計企業数	ソーシャルメディアサービスの利用規定							
		設けている	企業名の公開を禁止	企業名の公開を義務づけ	業務に関する書き込みを禁止	業務中の利用を禁止	その他の規定を設けている	特段の規定は設けていない	無回答
全体	788	58.0	9.9	1.7	32.9	30.4	18.1	39.5	2.5
[産業分類]									
建設業	145	58.5	9.0	0.7	32.4	35.9	16.4	38.4	3.1
製造業	127	56.0	7.8	0.7	22.4	34.3	20.8	42.6	1.4
運輸業	63	43.5	7.9	1.4	20.8	23.1	17.0	55.1	1.4
卸売・小売業	109	47.6	7.1	3.1	33.8	24.4	10.6	46.1	6.3
金融・保険業	163	56.9	10.5	0.7	35.1	29.3	21.9	38.7	4.4
サービス業・その他(計)	181	67.7	13.4	2.0	42.7	30.8	20.3	31.2	1.1
不動産業	69	53.7	11.7	-	36.0	27.3	10.7	43.4	2.9
サービス業、その他	112	68.5	13.5	2.1	43.1	31.0	20.9	30.5	1.0
[従業者規模]									
100~299人	395	53.5	8.5	1.3	28.5	24.2	18.6	43.0	3.5
300人以上計	393	63.9	11.6	2.2	38.6	38.3	17.5	35.0	1.1
300~499人	125	68.3	17.0	0.9	43.6	50.8	12.2	31.4	0.3
500~999人	107	57.2	10.7	6.6	28.3	33.7	16.2	40.7	2.1
1,000~1,999人	66	57.3	7.9	-	38.6	24.4	26.0	40.9	1.8
2,000人以上	95	72.4	7.1	-	44.9	37.0	20.3	27.4	0.2

4 標的型メールの被害と対策

(1) 標的型メールの被害

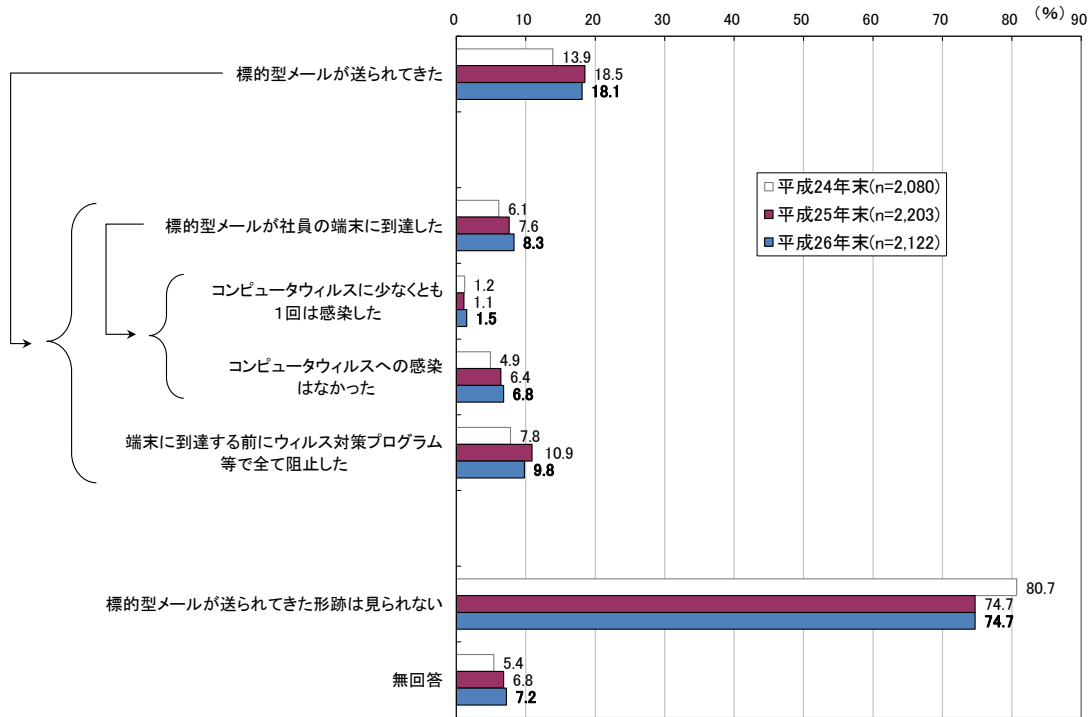
情報通信ネットワークを利用している企業の過去1年間の標的型メールによる被害状況をみると、標的型メールが送られてきた企業の割合は18.1%となっている。

標的型メールの被害内容をみると、「標的型メールが社員の端末に到達した」は8.3%で、「コンピュータウィルスに少なくとも1回は感染した」は1.5%、「コンピュータウィルスへの感染はなかった」は6.8%となっている。また、「端末に到達する前にウィルス対策プログラム等で全て阻止した」は9.8%となっている。一方、「標的型メールが送られてきた形跡は見られない」は74.7%となっている（**図表 8-8** 参照）。

産業別にみると、標的型メールが送られてきた企業は、「建設業」（25.5%）、及び「金融・保険業」（27.2%）で2割を上回っている。

従業員規模別にみると、従業員規模が大きくなるにつれて、標的型メールが送られてきた企業の割合が高くなる傾向があり、特に、「2,000人以上」で40.8%と、4割を上回っており、「コンピュータウィルスに少なくとも1回は感染した」も9.7%と、1割弱となっている（**図表 8-9** 参照）。

図表 8-8 標的型メールの被害状況の推移



図表 8-9 属性別標的型メールの被害(平成 26 年末)

単位: %

	集計企業数	標的型メールの被害					無回答
		て標的型メールが送られてきた	の標的型メールが社員の端末に到達した	1回は感染した	コンピュータウイルスに少なくとも1回は感染した	コンピュータウイルスへの感染はなかった	
全体	2,122	18.1	8.3	1.5	6.8	9.8	74.7
[産業分類]							
建設業	330	25.5	11.7	3.8	7.9	13.8	70.4
製造業	401	21.1	9.9	2.5	7.4	11.2	71.6
運輸業	333	13.6	7.9	0.6	7.2	5.7	77.6
卸売・小売業	361	17.4	7.8	0.4	7.3	9.6	77.9
金融・保険業	194	27.2	12.5	1.8	10.7	14.6	69.8
サービス業・その他(計)	503	16.2	6.9	1.2	5.7	9.3	75.2
不動産業	141	18.8	7.6	1.4	6.2	11.2	73.9
サービス業、その他	362	16.1	6.9	1.2	5.7	9.2	75.3
[従業者規模]							
100~299人	1,468	15.3	6.3	1.1	5.2	9.0	76.4
300人以上計	654	25.4	13.5	2.5	10.9	11.9	70.4
300~499人	260	21.5	11.3	1.2	10.0	10.2	73.4
500~999人	191	23.5	9.8	1.2	8.7	13.7	72.6
1,000~1,999人	92	26.4	12.9	2.7	10.2	13.5	72.9
2,000人以上	111	40.8	29.8	9.7	20.1	11.1	53.1

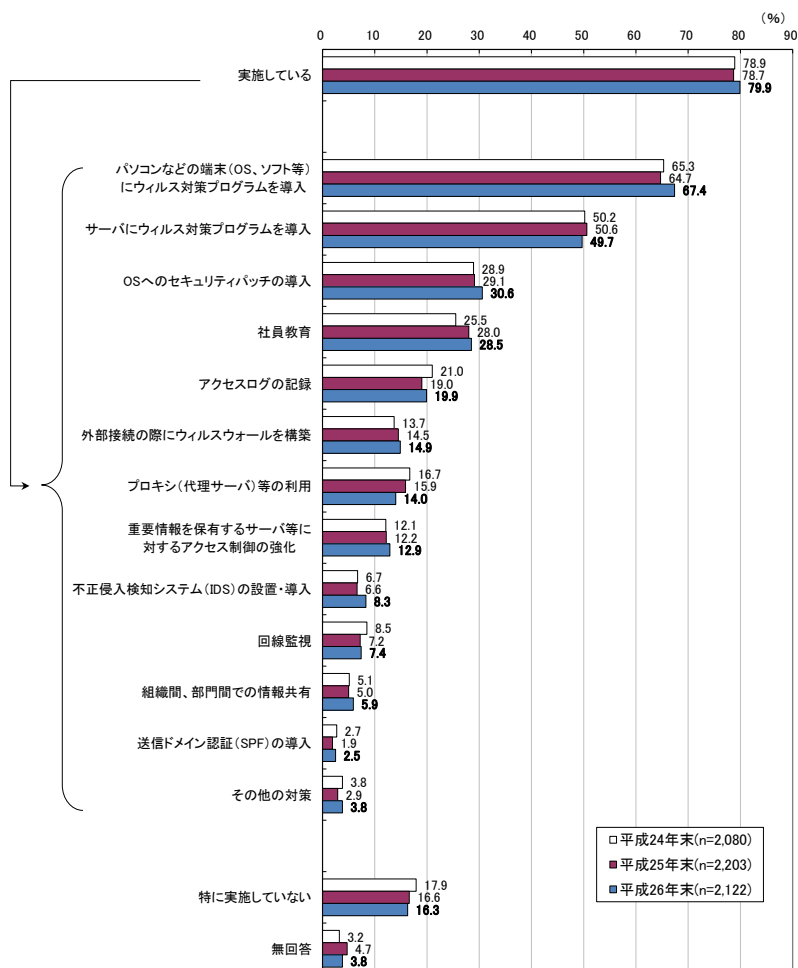
(2) 標的型メールへの対策内容

情報通信ネットワークを利用している企業の標的型メールへの対策状況をみると、対策を実施している企業の割合は79.9%となっている。

対策内容をみると、「パソコンなどの端末（OS、ソフト等）にウイルス対策プログラムを導入」が67.4%と最も高く、次いで「サーバにウイルス対策プログラムを導入」（49.7%）、「OSへのセキュリティパッチの導入」（30.6%）、「社員教育」（28.5%）などとなっている。一方、「特に実施していない」は16.3%となっている（図表 8-10 参照）。

産業別に対策状況をみると、「金融・保険業」が94.9%と、9割を上回っている。また、対策内容は、全ての産業で「パソコンなどの端末（OS、ソフト等）にウイルス対策プログラムを導入」が最も高くなっている（図表 8-11 参照）。

図表 8-10 標的型メールへの対策内容の推移



図表 8-11 産業別標的型メールへの対策内容(上位5位)(平成26年末)

単位: %

	n	1位	2位	3位	4位	5位	対策実施率
【全体】	2,122	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 67.4	サーバにウイルス対策プログラムを導入 49.7	OSへのセキュリティパッチの導入 30.6	社員教育 28.5	アクセスログの記録 19.9	79.9
産業	建設業	330 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 61.7	OSへのセキュリティパッチの導入 42.0	社員教育 31.3	アクセスログの記録 20.6	87.7
	製造業	401 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 74.1	サーバにウイルス対策プログラムを導入 57.4	OSへのセキュリティパッチの導入 35.8	社員教育 32.6	アクセスログの記録 20.6	86.3
	運輸業	333 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 57.2	サーバにウイルス対策プログラムを導入 36.8	社員教育 19.9	OSへのセキュリティパッチの導入 15.7	外部接続の際にウイルスウォールを構築 9.5	70.7
	卸売・小売業	361 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 62.6	サーバにウイルス対策プログラムを導入 45.8	OSへのセキュリティパッチの導入 28.9	社員教育 20.5	アクセスログの記録 16.1	74.4
	金融・保険業	194 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 85.8	サーバにウイルス対策プログラムを導入 75.4	社員教育 59.6	アクセスログの記録 58.8	OSへのセキュリティパッチの導入 58.4	94.9
	サービス業・その他(計)	503 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 66.0	サーバにウイルス対策プログラムを導入 46.9	社員教育 30.9	OSへのセキュリティパッチの導入 29.0	アクセスログの記録 23.8	78.9

5 個人情報保護対策の実施

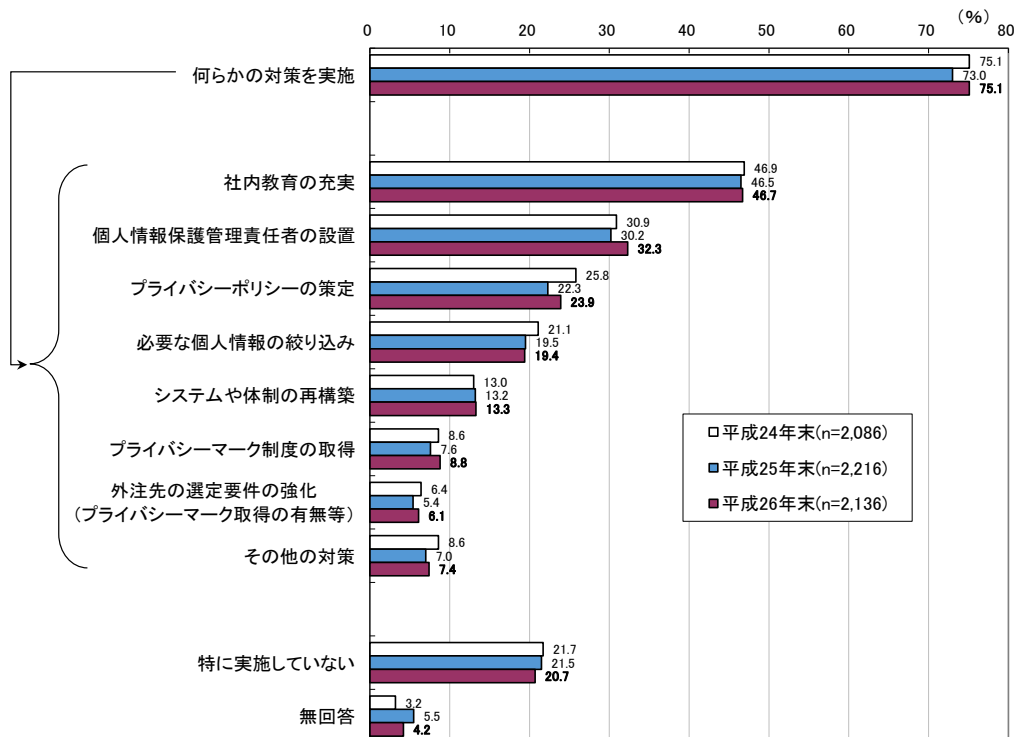
個人情報保護対策の状況を見ると、何らかの対策を実施している企業の割合は75.1%となっている。

対策内容を見ると、「社内教育の充実」が46.7%と最も高く、次いで「個人情報保護管理責任者の設置」(32.3%)、「プライバシーポリシーの策定」(23.9%)、「必要な個人情報の絞り込み」(19.4%)などとなっている(図表 8-12 参照)。

産業別に対策状況を見ると、「金融・保険業」が97.3%とほぼすべての企業で対策を実施している。また、「金融・保険業」の対策内容を見ると、「プライバシーポリシーの作成」(86.3%)、及び「システムや体制の再構築」(84.3%)で8割を上回っている(図表 8-13 参照)。

従業者規模別に対策状況を見ると、1,000以上の各階層で9割を上回っている一方、「100~299人」では7割にとどまっている(図表 8-14 参照)。

図表 8-12 個人情報保護対策の実施状況の推移

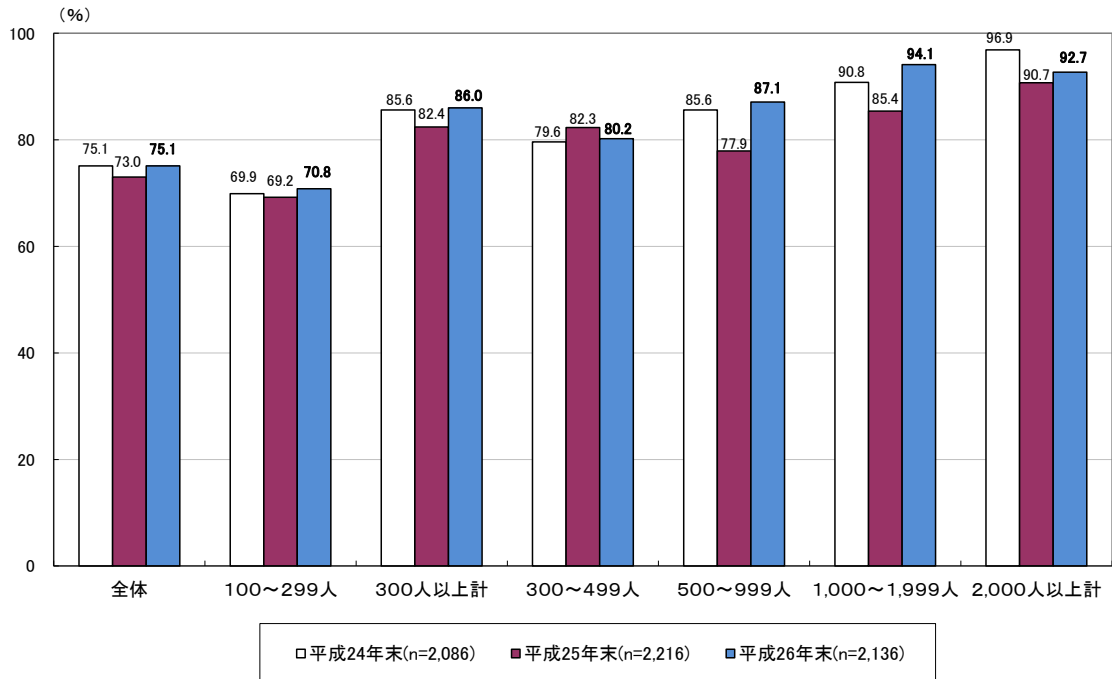


図表 8-13 産業別個人情報保護対策の実施状況(上位5位)(平成 26 年末)

単位: %

	n	1位	2位	3位	4位	5位	対策実施率
【全体】	2,136	社内教育の充実 46.7	個人情報保護管理責任者の設置 32.3	プライバシーポリシーの策定 23.9	必要な個人情報の絞り込み 19.4	システムや体制の再構築 13.3	75.1
産業	建設業	332 プライバシーマーク制度の取得 48.2	プライバシーポリシーの策定 33.7	個人情報保護管理責任者の設置 22.9	必要な個人情報の絞り込み 22.1	システムや体制の再構築 11.4	76.5
	製造業	405 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) 3.3	社内教育の充実 4.5	その他の対策 7.4	システムや体制の再構築 11.4	個人情報保護管理責任者の設置 17.7	69.4
	運輸業	334 プライバシーマーク制度の取得 35.7	プライバシーポリシーの策定 19.3	個人情報保護管理責任者の設置 15.6	必要な個人情報の絞り込み 12.6	その他の対策 7.8	62.5
	卸売・小売業	364 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) 39.4	プライバシーポリシーの策定 28.8	個人情報保護管理責任者の設置 20.6	システムや体制の再構築 15.2	必要な個人情報の絞り込み 14.2	73.6
	金融・保険業	194 プライバシーポリシーの策定 86.3	システムや体制の再構築 84.3	個人情報保護管理責任者の設置 65.9	必要な個人情報の絞り込み 51.2	プライバシーマーク制度の取得 44.9	97.3
	サービス業・その他(計)	507 システムや体制の再構築 57.0	プライバシーポリシーの策定 41.9	個人情報保護管理責任者の設置 32.0	必要な個人情報の絞り込み 22.6	社内教育の充実 17.2	83.4
	計						

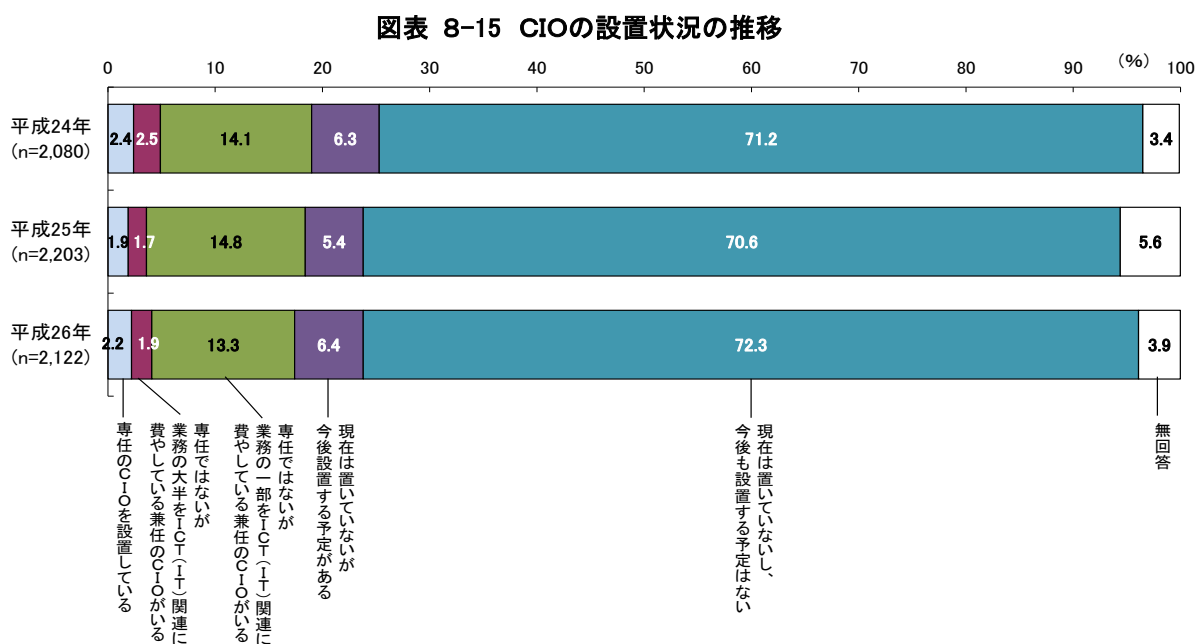
図表 8-14 従業者規模別個人情報保護対策の実施状況の推移



6 C I Oの設置状況

情報通信ネットワークを利用している企業のC I O⁴の設置状況を見ると、C I Oを設置している企業の割合は17.4%となっており、「専任のC I Oを設置している」が2.2%、「専任ではないが業務の大半をI C T（I T）関連に費やしている兼任のC I Oがいる」が1.9%、「専任ではないが業務の一部をI C T（I T）関連に費やしている兼任のC I Oがいる」が13.3%となっている。また、「現在は置いていないが今後設置する予定がある」は6.4%、「現在は置いていないし、今後も設置する予定はない」は72.3%となっている（図表 8-15 参照）。

産業別にみると、C I Oを設置する企業の割合は「金融・保険業」が14.6%と最も高くなっている（図表 8-16 参照）。



⁴ C I O : Chief Information Officer (最高情報責任者)

図表 8-16 産業別CIOの設置状況(平成 26 年末)

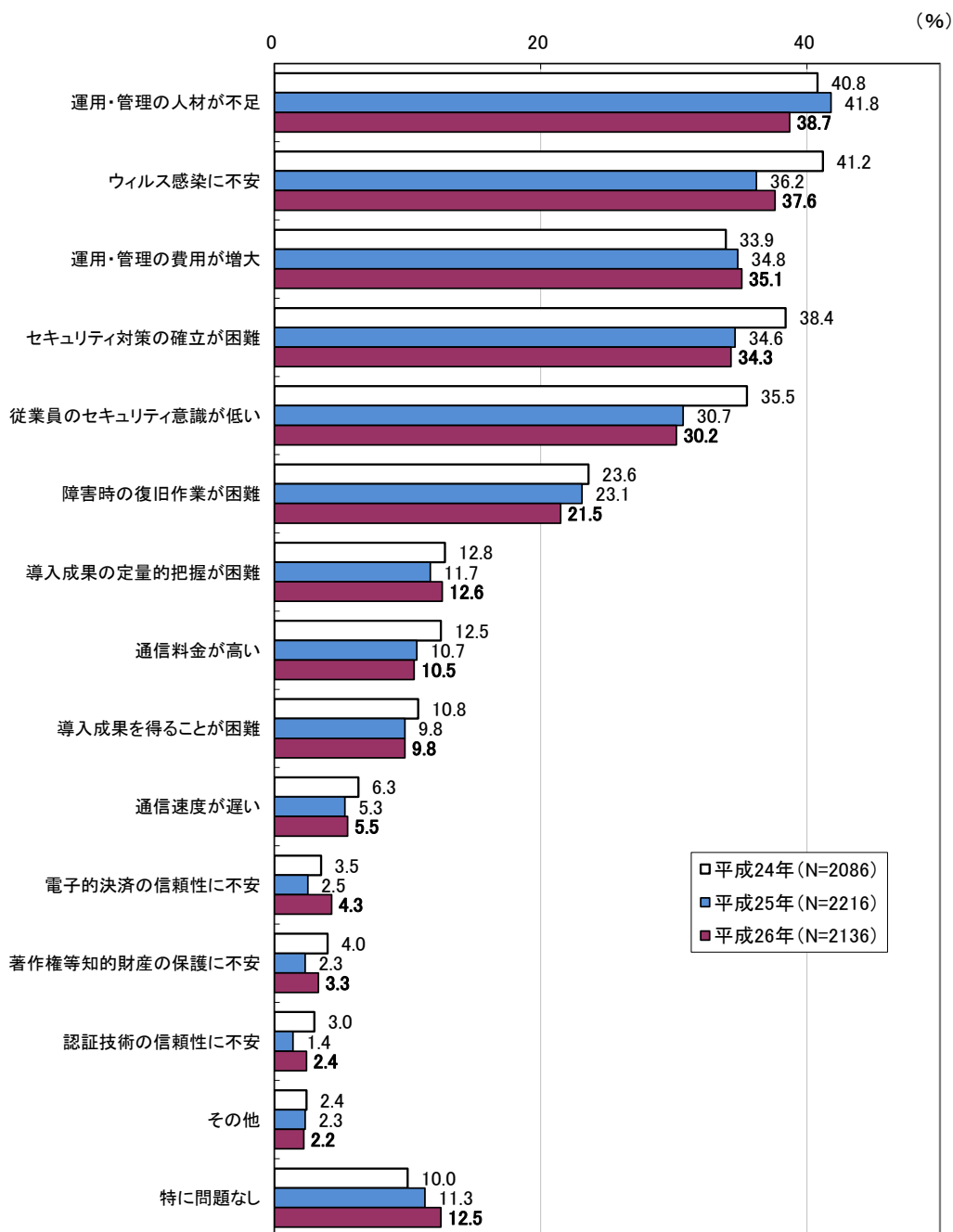
単位: %

	集計企業数	CIOの設置状況					
		専任のCIOを設置している	専任ではないが業務に大が	専任ではないが業務に大が	専任ではないが業務に大が	現在設置予定がないが今後	現在設置する予定はない、今後
全体	2,122	2.2	1.9	13.3	6.4	72.3	3.9
[産業分類]							
建設業	330	1.0	1.6	21.2	8.3	65.3	2.6
製造業	401	3.4	2.1	13.1	5.3	72.1	4.1
運輸業	333	2.7	2.7	7.9	6.0	75.4	5.3
卸売・小売業	361	0.2	1.3	12.3	5.7	76.6	3.8
金融・保険業	194	14.6	6.8	26.5	2.3	48.5	1.3
サービス業・その他(計)	503	2.0	1.8	14.3	7.6	70.6	3.6
不動産業	141	2.9	2.2	16.2	4.8	68.2	5.7
サービス業、その他	362	1.9	1.8	14.2	7.7	70.7	3.6

7 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における利用上の問題点をみると、「運用・管理の人材が不足」(38.7%)、「ウイルス感染に不安」(37.6%)、「運用・管理の費用が増大」(35.1%)、「セキュリティ対策の確立が困難」(34.3%)が高くなっている(図表 8-17 参照)。

図表 8-17 情報通信ネットワークの利用上の問題点の推移



産業別、従業者規模別にみると、順位に違いはあるものの、「運用・管理の人材が不足」「ウイルス感染に不安」「運用・管理の費用が増大」「セキュリティ対策の確立が困難」「従業員のセキュリティ意識が低い」を上位5項目に挙げている層が多くなっている（図表 8-18 参照）。

図表 8-18 属性別情報通信ネットワークの利用上の問題点(上位5位)(平成 26 年末)

単位：%

		n	1位	2位	3位	4位	5位
【全体】		2,136	運用・管理の人材が不足 38.7	ウイルス感染に不安 37.6	運用・管理の費用が増大 35.1	セキュリティ対策の確立が困難 34.3	従業員のセキュリティ意識が低い 30.2
ネット 情報 ワ 通 信 ク	利用している	2,122	運用・管理の人材が不足 39.0	ウイルス感染に不安 37.9	運用・管理の費用が増大 35.4	セキュリティ対策の確立が困難 34.5	従業員のセキュリティ意識が低い 30.4
	利用していない	14	セキュリティ対策の確立が困難 14.0				
産 業	建設業	332	運用・管理の人材が不足 48.1	運用・管理の費用が増大 41.1	セキュリティ対策の確立が困難 40.5	従業員のセキュリティ意識が低い 40.3	ウイルス感染に不安 35.0
	製造業	405	運用・管理の人材が不足 40.5	ウイルス感染に不安 40.5	運用・管理の費用が増大 35.5	セキュリティ対策の確立が困難 34.7	従業員のセキュリティ意識が低い 34.7
	運輸業	334	ウイルス感染に不安 35.9	運用・管理の人材が不足 32.3	運用・管理の費用が増大 28.5	セキュリティ対策の確立が困難 27.4	従業員のセキュリティ意識が低い 26.7
	卸売・小売業	364	セキュリティ対策の確立が困難 36.5	従業員のセキュリティ意識が低い 36.0	ウイルス感染に不安 35.9	運用・管理の人材が不足 35.7	運用・管理の費用が増大 35.6
	金融・保険業	194	セキュリティ対策の確立が困難 50.0	運用・管理の費用が増大 49.0	ウイルス感染に不安 44.3	運用・管理の人材が不足 43.8	障害時の復旧作業が困難 25.1
	サービス業・その他(計)	507	運用・管理の人材が不足 39.5	ウイルス感染に不安 36.8	運用・管理の費用が増大 35.3	セキュリティ対策の確立が困難 33.5	従業員のセキュリティ意識が低い 23.0
従 業 者 規 模	100～299人未満	1,480	運用・管理の人材が不足 39.1	ウイルス感染に不安 37.8	セキュリティ対策の確立が困難 33.9	運用・管理の費用が増大 31.9	従業員のセキュリティ意識が低い 29.5
	300人以上	656	運用・管理の費用が増大 43.5	運用・管理の人材が不足 37.8	ウイルス感染に不安 37.3	セキュリティ対策の確立が困難 35.4	従業員のセキュリティ意識が低い 31.9
	300～499人	261	運用・管理の費用が増大 40.7	ウイルス感染に不安 38.4	セキュリティ対策の確立が困難 37.1	運用・管理の人材が不足 35.4	従業員のセキュリティ意識が低い 34.6
	500～999人	192	運用・管理の費用が増大 40.5	運用・管理の人材が不足 38.8	ウイルス感染に不安 37.9	セキュリティ対策の確立が困難 34.6	従業員のセキュリティ意識が低い 32.9
	1,000～1,999人	92	運用・管理の費用が増大 53.0	運用・管理の人材が不足 48.6	ウイルス感染に不安 38.2	障害時の復旧作業が困難 31.7	セキュリティ対策の確立が困難 30.2
	2,000人以上	111	運用・管理の費用が増大 48.3	セキュリティ対策の確立が困難 37.6	ウイルス感染に不安 31.3	導入成果の定量的把握が困難 31.2	運用・管理の人材が不足 30.6

※情報通信ネットワーク利用状況別の「利用していない」は、回答がないため2位～5位は表示していない



秘

政府統計

総務省（平成26年）通信利用動向調査 調査票 《企業用》

◎ 統計法に基づく国の統計調査です。調査票情報の秘密の保護には万全を期していますので、ありのままをご記入ください。

Table with 3 rows and 2 columns for survey details: 1. 所属部署署名, 2. お名前, 3. 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26年12月31日現在でご記入願います。
2 調査票の提出先
※ 調査票の入手・提出は、オンラインでも可能です。詳しくは、同封の「御協力をお願い」をご覧ください。
3 調査内容等の照会先
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。
5 「※」が付された語句につきましては、調査票の記入の手引きに説明がありますので、必要に応じご参照ください。

問1 貴社における通信網の構築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。

Table with 2 columns: 企業通信網 (① 企業内通信網, ② 企業間通信網) and 構築状況や今後の構築予定 (1-4 options)

注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。
注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。貴社において、主力としているサービス順に3つまで番号を記入してください。

Table with 3 columns for service selection (1-7) and a list of service types: 1. 広域イーサネット, 2. IP-VPN, 3. インターネットVPN, 4. 専用線, 5. 電話回線, 6. その他, 7. 分からない

注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て構築した広域ネットワーク・サービス。
注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。
注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。
注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。

補問1 (2)で1番目のサービスを選んだ理由は何ですか。

該当する番号すべてに〇印を付けてください。

Table with 3 columns listing reasons for service selection: 1. 通信コストを抑えられる, 2. 信頼性・通信品質がある, 3. 距離によらない料金体系, 4. 高速性, 5. 保守・運用体制, 6. 付加サービスの充実, 7. 回線にXDSLやFTTHを利用できる, 8. 実績がある, 9. 主流のサービスだから, 10. セキュリティ強度が高い, 11. 通信事業者/インテグレータの勧め, 12. 品質保証機能がある, 13. 提供エリアが広い, 14. VoIP/IP電話の導入, 15. IP以外のプロトコルも使用するから, 16. その他

補問2 (2)で2番目のサービスを選んだ理由は何ですか。

該当する番号すべてに○印を付けてください。

1. 通信コストを抑えられる	7. 回線にXDSLやFTTHを利用できる	13. 提供エリアが広い
2. 信頼性・通信品質がある	8. 実績がある	14. VoIP/IP電話の導入
3. 距離によらない料金体系	9. 主流のサービスだから	15. IP以外のプロトコルも使用するから
4. 高速性	10. セキュリティ強度が高い	16. その他
5. 保守・運用体制	11. 通信事業者/インテグレータの勧め	
6. 付加サービスの充実	12. 品質保証機能がある	

補問3 (2)で3番目のサービスを選んだ理由は何ですか。

該当する番号すべてに○印を付けてください。

1. 通信コストを抑えられる	7. 回線にXDSLやFTTHを利用できる	13. 提供エリアが広い
2. 信頼性・通信品質がある	8. 実績がある	14. VoIP/IP電話の導入
3. 距離によらない料金体系	9. 主流のサービスだから	15. IP以外のプロトコルも使用するから
4. 高速性	10. セキュリティ強度が高い	16. その他
5. 保守・運用体制	11. 通信事業者/インテグレータの勧め	
6. 付加サービスの充実	12. 品質保証機能がある	

(3) パソコン、携帯電話や携帯情報端末(PDA)[※]等を利用して、**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○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、スマートフォン、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、**どのような回線でインターネットに接続**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。**
インターネットに接続していない場合は、「12. 接続していない」に○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) ^{注・※}	6. 固定無線回線(FWA) [※]	10. 衛星回線 [※]
3. ISDN回線(常時接続) ^注	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 [※]	12. 接続していない

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

問2 貴社におけるインターネットによる情報発信についてお尋ねします。

(1) 貴社では、ホームページを開発していますか。**該当する番号1つに○印を付けてください。**

1. 開設している	2. 開設していない
-----------	------------

補問 ホームページを「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○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

(2) 貴社では、民間ソーシャルメディアサービス[※]を活用していますか。**該当する番号1つに○印を付けてください。**

1. 活用している	2. 活用していない
-----------	------------

補問 ソーシャルメディアサービスを「活用している」と回答した企業にお尋ねします。活用目的や用途は何ですか。

該当する番号すべてに○印を付けてください。

1. マーケティング	3. 定期的な情報の提供	5. 消費者の評価・意見の収集
2. 商品や催物の紹介、宣伝	4. 会社案内、人材募集	6. その他

問3 貴社における電子商取引の実施状況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(パソコン向けサービス)を行っている | 5. どれも行ってない |
| 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. 一般消費者へインターネットを利用した販売(携帯電話・スマートフォン向けサービス)を行っている | |

注 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。

補問 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企業にお尋ねします。どのようなモデルで行っていますか。該当する番号すべてに○印を付けてください。

- | | | |
|--------------------|--------------|--------|
| 1. 電子商店(自社サイト) | 3. 販売仲介 | 5. その他 |
| 2. 電子商店(電子モールへの出店) | 4. オンライントレード | |

(2) 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。行ってない場合は「13. 行ってない」に○印を付けてください。

- | | |
|--|----------------------------|
| (Web広告) | (モバイル広告) |
| 1. テキスト広告 ^{注1・※} | 9. ビクチャー広告 [※] |
| 2. バナー広告 ^{注2・※} | 10. コンテンツ [※] 型広告 |
| 3. リッチメディア広告 ^{注3・※} | 11. メール型広告 [※] |
| 4. スポンサーシップ広告 [※] (編集タイアップなど) | (その他) |
| 5. 検索連動型広告 [※] | 12. その他のインターネット広告 |
| 6. コンテンツ連動型広告 ^{注4・※} | |
| (メール広告) | |
| 7. メールマガジン | 13. 行ってない |
| 8. DM広告 [※] (ターゲティングメールなど) | |

注1 文字のみで構成されているもの

注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

注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

注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

補問 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4 貴社における無線通信技術を利用したシステムやツールの導入状況についてお尋ねします。

貴社では無線通信技術を利用した以下の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。

無線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

補問 無線通信技術を利用したシステムやツールを導入している企業にお尋ねします。システムやツールで収集した情報を分析し、その結果を商品開発やマーケティング等に活用していますか。該当する番号1つに○印を付けてください。

- | | | |
|-----------|-------------------------|-------------------------|
| 1. 活用している | 2. 活用していないが、今後活用する予定がある | 3. 活用していないし、今後活用する予定もない |
|-----------|-------------------------|-------------------------|

問5 貴社におけるクラウドコンピューティング[※]の利用状況についてお尋ねします。

(1) クラウドコンピューティング(以下「クラウド」といいます。)^注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. 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. クラウドについてよく分からない | |

注 ネットワーク上に存在するコンピュータ資源を、インターネット等のブロードバンド回線を経由して、利用者が「必要な時に、必要な量だけ」、役務(サービス)として使用できる技術であり、ASP[※](Application Service Provider)が提供するSaaS[※](Software as a Service)などもこれに含まれます。

→(2) (1)で「1. 全社的に利用している」又は「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。貴社においてクラウドコンピューティングサービスを利用する際に**使用する機器**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. 携帯電話 ^注 ・PHS | 2. スマートフォン ^注 | 3. タブレット型端末 | 4. パソコン | 5. その他(PDAなど) |
|---------------------------|-------------------------|-------------|---------|---------------|

注 一般の携帯電話とスマートフォンは分けてお答えください。

→(3) 引き続き(1)で「1. 全社的に利用している」又は「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。具体的に利用しているサービスは何ですか。該当する番号すべてに○印を付けてください。

- | | | |
|-----------------|---------------------|--------------------|
| 1. サーバー利用 | 8. 取引先との情報共有 | 15. 購買 |
| 2. ファイル保管・データ共有 | 9. 営業支援 | 16. 生産管理、物流管理、店舗管理 |
| 3. データバックアップ | 10. 研究・開発関係 | 17. 課金・決済システム |
| 4. 社内情報共有・ポータル | 11. システム開発、webサイト構築 | 18. 認証システム |
| 5. 電子メール | 12. eラーニング | 19. その他 |
| 6. スケジュール共有 | 13. 給与、財務会計、人事 | |
| 7. プロジェクト管理 | 14. 受注販売 | |

→(4) 引き続き(1)で「1. 全社的に利用している」又は「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。サービスを利用している理由は何ですか。該当する番号すべてに○印を付けてください。

- | | |
|----------------------------|-------------------------------|
| 1. 既存システムよりもコストが安いから | 9. 情報漏洩等に対するセキュリティが高くなるから |
| 2. 初期導入コストが安価だったから | 10. 安定運用、可用性が高くなるから(アベイラビリティ) |
| 3. 資産、保守体制を社内に持つ必要がないから | 11. サービスのラインナップが充実していたから |
| 4. システムの容量の変更などが迅速に対応できるから | 12. 導入スピードが速かったから |
| 5. システムの拡張性が高いから(スケーラビリティ) | 13. どこでもサービスを利用できるから |
| 6. サービスの信頼性が高いから | 14. 機器を選ばずに同様のサービスを利用できるから |
| 7. システムベンダーに提案されたから | 15. いつでも利用停止できるから |
| 8. ライセンス管理が楽だから | 16. その他 |

→(5) 引き続き(1)で「1. 全社的に利用している」又は「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。サービスの利用目的に対して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. 非常に効果があった | 3. あまり効果がなかった | 5. 効果はよく分からない |
| 2. ある程度効果があった | 4. マイナスの効果があった | |

→(6) (1)で「4. 利用していないし、今後利用する予定もない」と回答した企業にお尋ねします。クラウド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. クラウドの導入に伴う既存システムの改修コストが大きい | 6. 情報漏洩などセキュリティに不安がある |
| 2. クラウドの導入によって自社コンプライアンスに支障をきたす | 7. 法制度が整っていない |
| 3. 通信費用がかさむ | 8. 必要がない |
| 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 | 9. メリットが分からない、判断できない |
| 5. ネットワークの安定性に対する不安がある | 10. その他 |

問6 貴社におけるテレワークの導入状況についてお尋ねします。

貴社では、**テレワーク^{注・※}**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。
 (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a～cの該当する番号すべてに○印を付けてください。)

1. 導入している (a 在宅勤務 b サテライトオフィス勤務 c モバイルワーク) (下の①～③にもお答えください)	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)
2. 導入していないが、具体的に導入予定がある	

注 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、社員の作業場所等により、在宅勤務、**サテライトオフィス勤務(本来の勤務地とは別の場所にあるオフィス等で作業する場合)**やモバイルワーク(営業活動などで外出中に作業する場合)と呼ばれるものです。

上記で「1. 導入している」を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. 省エネルギー、節電対策のため
5. 勤務者の移動時間の短縮	11. 非常時(地震、新型インフルエンザ等)の事業継続に備えて
6. 顧客満足度の向上	12. その他

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. 非常に効果があった	3. あまり効果がなかった	5. 効果はよく分からない
2. ある程度効果があった	4. マイナスの効果があった	

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。
 「14. 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	9. 顧客等外部対応に支障があるから
2. 業務の進行が難しいから	10. 費用がかかりすぎるから
3. 導入するメリットがよくわからないから	11. 人事制度導入に手間がかかるから
4. 社員の評価が難しいから	12. 給与計算が難しいから
5. 社内のコミュニケーションに支障があるから	13. 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	14. その他
7. 労働組合や社員から要望がないから	()
8. 情報漏洩が心配だから	

問7 すべての企業に従業員のICT(IT)^{注・※}教育のために行っていることについてお尋ねします。
 注 「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8 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 ^{注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 ^{注2・※} | |

注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。
 注2 サーバーに大量の packets 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) 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^{注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・導入 |
| 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) ^{注2・※} の設置・導入 |
| 8. 外部接続の際にウイルスウォールを構築 | 18. Webアプリケーションファイアウォールの設置・導入 |
| 9. ウィルス対策対応マニュアルを策定 | 19. その他の対策 |
| 10. ID、パスワードによるアクセス制御 | 20. 特に対応していない |

注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。
 注2 IPS(不正侵入防御システム)を含みます。

補問1 (2)で「1. セキュリティポリシーの策定」と回答した企業にお尋ねします。
 貴社のセキュリティポリシーにおいて、**スマートフォンの業務利用に関する規定**を設けていますか。
該当する番号1つに○印を付けてください。

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| 1. 一切の利用を禁止 | 4. 会社から支給したものと及び私物双方の利用を許可 |
| 2. 会社から支給したスマートフォンのみ利用を許可 | 5. 特段の規定は設けていない |
| 3. 私物のスマートフォンの業務利用を許可 | |

補問2 (2)で「1. セキュリティポリシーの策定」と回答した企業にお尋ねします。
 貴社のセキュリティポリシーにおいて、**ソーシャルメディアサービスの利用に関する規定**を設けていますか。
該当する番号すべてに○印を付けてください。

- | | |
|------------------|-----------------|
| 1. 企業名の公開を禁止 | 4. 業務中の利用を禁止 |
| 2. 企業名の公開を義務づけ | 5. その他の規定を設けている |
| 3. 業務に関する書き込みを禁止 | 6. 特段の規定は設けていない |

(3) 過去1年間において、貴社に対して**標的型メール^{注1・※}**は送信されましたか。
該当する番号1つに○印を付けてください。

- | |
|--|
| 1. 標的型メールが社員の端末に到達し、コンピュータウイルスに少なくとも1回は感染した |
| 2. 標的型メールが社員の端末に到達したが、コンピュータウイルスへの感染はなかった |
| 3. 標的型メールが送られてきたが、端末に到達する前にウイルス対策プログラム等で全て阻止した |
| 4. 標的型メールが送られてきた形跡は見られない |

注1 不特定多数に送られるスパムメールとは異なり、特定の組織・個人に対して、機密情報の窃取等を目的として、ウイルスを添付するなどして送られるメールを指します。

F3 貴社の営業利益^{注1・注2}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
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

注1 平成25年度(平成25年4月～平成26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。

注2 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^注は、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
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

注 平成25年度(平成25年4月～平成26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^注は、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
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

注 平成25年度(平成25年4月～平成26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^注は何人ですか。数字で記入してください。

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

注 従業者数：平成26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26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。)

ご協力まことにありがとうございました。