

平成 22 年 4 月 27 日

平成 21 年「通信利用動向調査」の結果

総務省では、この度、平成 22 年 1 月に、世帯及び企業における情報通信サービスの利用状況、情報通信機器の保有状況等について調査した「通信利用動向調査」の結果を取りまとめました。今回の調査結果のポイントは、以下のとおりであり、また、概要は別添のとおりです。

【調査結果のポイント】

<インターネット等の普及状況>

○ **インターネットの利用者数は9,408万人、人口普及率は78.0%。**

インターネットの利用者数は、対前年比317万人増の9,408万人に達し、人口普及率は78.0%（対前年比2.7ポイント増）となった。[p1]

また、インターネットの世代別の個人利用率をみると、60歳以上の世代において、インターネットの利用率の伸びが顕著。[p3]

自宅パソコンからのインターネット接続にブロードバンド回線を利用している世帯の割合は76.8%（対前年比3.4ポイント増）。このうち、光回線が41.1%（対前年比2.1ポイント増）と増加し、光ファイバーによるブロードバンド化が着実に進展。[p5]

個人がインターネットを利用する際に使用する端末として、「ゲーム機・TV等」からのインターネット利用者が739万人（対前年比30.3%増）と大幅に拡大するなど利用端末が多様化。[p2]

<個人におけるICT利用の進展>

○ **インターネットの利用目的として、「デジタルコンテンツ(音楽・音声、映像、ゲームソフト等)の入手・聴取」が拡大し、4人に1人が利用。**

インターネットの利用目的として、「デジタルコンテンツ(音楽・音声、映像、ゲームソフト等)の入手・聴取」が拡大し、パソコンからの利用が25.3%（対前年比5.9ポイント増）、携帯電話からの利用が29.4%（対前年比7.6ポイント増）となった。

また、パソコンで「動画投稿サイトの利用」をする人も23.4%となっている。[p9、p10]

<企業におけるICT利用の進展>

○ ASP・SaaSを利用している企業は20.0%(対前年比4.5ポイント増)。

ASP・SaaSを利用している企業は20.0%(対前年比4.5ポイント増)と、5社に1社が利用。ASP・SaaSを利用している企業のうち、効果があったと回答した企業は、平成19年調査では67.5%、平成20年調査では73.9%、平成21年調査では78.5%と着実に増加している。[p13]

また、テレワークを導入している企業は、平成19年調査の10.8%から平成21年調査では19.0%と、ここ2年間でほぼ2倍となり、企業においてテレワークの導入が進展している。テレワークを導入している企業のうち、9割強(96.2%)の企業が効果があったと回答。[p15]

<安心・安全への取組>

○ 18歳未満の子供がいる世帯における携帯電話のフィルタリングサービスの利用率は52.2%(対前年比2.4ポイント増)。

18歳未満の子供がいる世帯の携帯電話のフィルタリングサービスの利用率は52.2%(対前年比2.4ポイント増)と2世帯に1世帯が利用している。一方、パソコンのフィルタリングソフトの利用率は19.9%となった。[p23]

【調査概要】

通信利用動向調査は、世帯(全体・構成員)及び企業を対象とし、統計法に基づく一般統計として平成2年から毎年実施(企業調査は、平成5年に追加し平成6年を除き毎年実施。世帯構成員調査は、平成13年から実施。)

	世帯調査	企業調査
調査時期	平成22年1月	
対象地域	全 国	
属性範囲・ 調査の単位数	20歳以上(平成21年4月1日現在)の世帯主 がいる世帯及びその構成員	常用雇用者規模100人以上の企業(農業、林業、 漁業、鉱業及び公務を除く。)
サンプル数	6,256世帯	2,870企業
有効回答数(率)	4,547世帯(14,549人)(72.7%)	1,834企業(63.9%)
調査事項	通信・放送サービスの利用状況、情報通信関連機器の保有状況等	
対象の 選定方法	無作為抽出 (地域及び都市規模を層化基準とした層化二 段抽出)	無作為抽出 (業種及び常用雇用者数を層化基準とした層 化一段抽出)
調査方法	郵送による調査票の配布及び回収	

連絡先：情報通信国際戦略局情報通信政策課情報通信経済室

(担当：久保田課長補佐、松本係長)

電話：(直通)03-5253-5744

(FAX)03-5253-5721

平成 21 年通信利用動向調査の結果（概要）

目 次

1 インターネット等の普及状況

(1) インターネット利用者数及び人口普及率（個人）	1
(2) インターネット利用率（個人）	3
(3) インターネット利用率（企業）	4
(4) インターネット接続回線の種類（世帯）	5
(5) インターネット接続回線の種類（企業）	6
(6) 情報通信機器の普及状況（世帯）	7
(7) 携帯電話及びパソコンの利用率（個人）	8

2 個人におけるICT利用の進展状況

(1) インターネットの利用目的	9
(2) インターネットにより購入・取引した商品・サービス	11
(3) インターネットで購入する際の決済方法	12
(4) 非接触型電子マネーの利用状況	12

3 企業におけるICT利用の進展状況

(1) ASP・SaaS の利用状況	13
(2) ASP・SaaS を利用しない理由	14
(3) テレワーク	15
(4) ICT関連ツールを利用したサービス・システムの導入率	17
(5) 電子商取引の実施状況	18
(6) インターネットを利用した広告の実施状況	19
(7) ICT教育の実施状況	20

4 安全・安心への取組状況

(1) インターネット利用で感じる不安（世帯）	21
(2) セキュリティ対策の実施状況（世帯）	22
(3) フィルタリングソフト・サービスの利用状況（世帯）	23
(4) インターネット、企業内LAN等を利用する上での問題点（企業）	24
(5) セキュリティ対策の実施状況（企業）	25
(6) 個人情報保護対策の実施状況（企業）	26

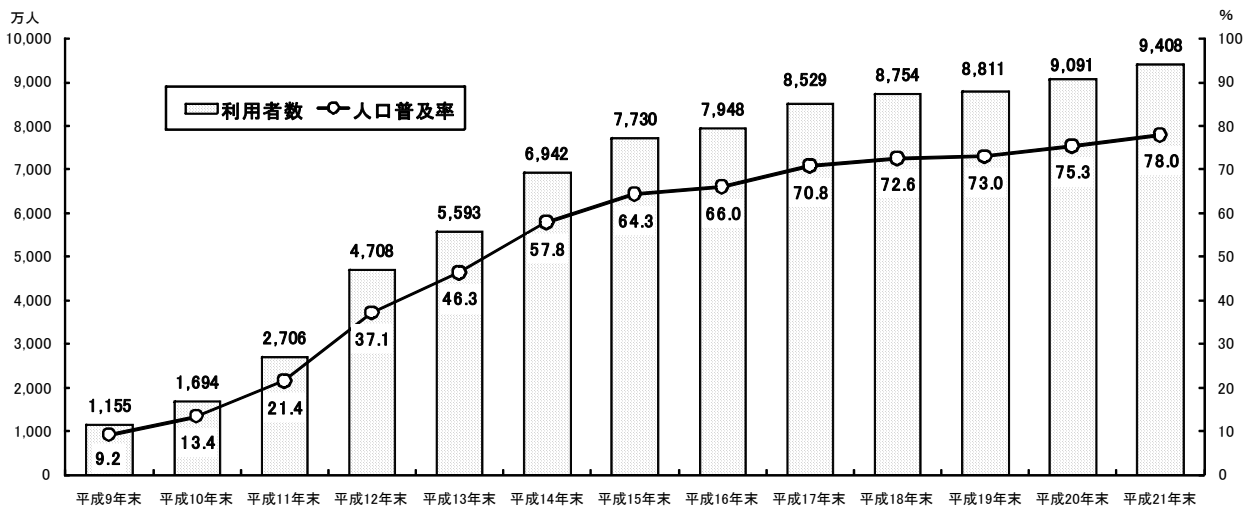
1 インターネット等の普及状況

(1) インターネット利用者数及び人口普及率（個人）

過去1年間にインターネットを利用したことのある人は推計で9,408万人と、前年に比べ317万人の増加。人口普及率は78.0%となった。

個人がインターネットを利用する際に使用する端末（「パソコン」「モバイル端末（携帯電話・PHS等）」「ゲーム機・TV等」）をみると、それぞれ前年に比べて利用者数が増加しているが、特に、「ゲーム機・TV等」が739万人（対前年比30.3%増）と大幅に拡大するなど、利用端末が多様化している。

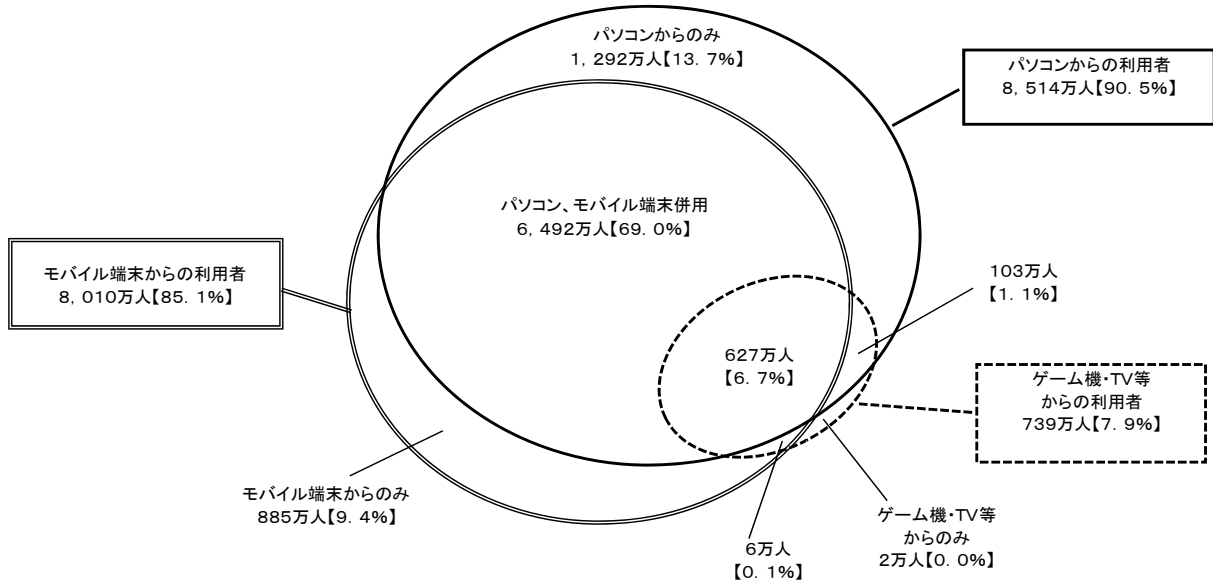
インターネット利用者数及び人口普及率の推移（個人）



(注)

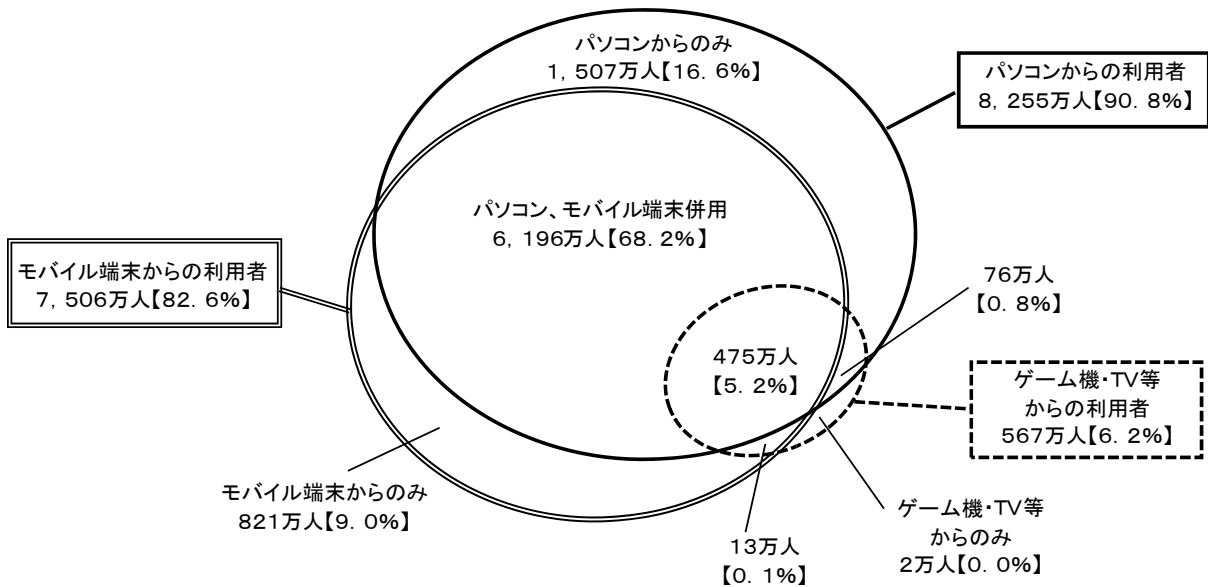
- ① 平成9～12年末までの数値は「通信白書（現情報通信白書）」から抜粋。
- ② インターネット利用者数（推計）は、6歳以上で、過去1年間に、インターネットを利用したことがある者を対象として行った本調査の結果からの推計値。インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、携帯情報端末、ゲーム機等あらゆるものを含み（当該機器を所有しているか否かは問わない）、利用目的等についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等あらゆるものを含む。
- ③ 平成13年末以降のインターネット利用者数は、各年における6歳以上の推計人口（国勢調査結果及び生命表等を用いて推計）に本調査で得られた6歳以上のインターネット利用率を乗じて算出
- ④ 平成13年末以降の人口普及率（推計）は、③により推計したインターネット利用人口を国勢調査及び生命表を用いて推計した各年の6歳以上人口で除したものの。
- ⑤ 調査対象年齢については、平成11年末まで15～69歳、平成12年末は15～79歳、平成13年末以降は6歳以上。

インターネット利用端末の種類（個人）（平成21年末）



(※) モバイル端末：携帯電話、PHS及び携帯情報端末（PDA）を指す。

(参考) 平成20年通信利用動向調査におけるインターネット利用端末の種類（個人）



(2) インターネット利用率（個人）

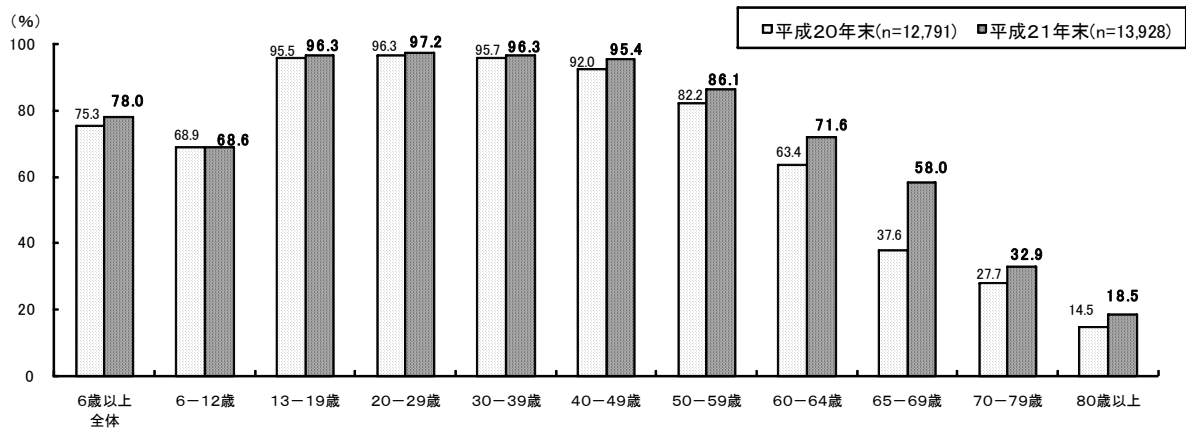
インターネットの世代別の個人利用率をみると、60歳以上の世代において、インターネットの利用率の伸びが顕著。特に65～69歳代では、58.0%（対前年比20.4ポイント増）と大幅に増加している。

世代別男女別では、概ね男性の方が利用率が高いものの、6～12歳代、13～19歳代、30～39歳代では女性の利用率が高くなっている。

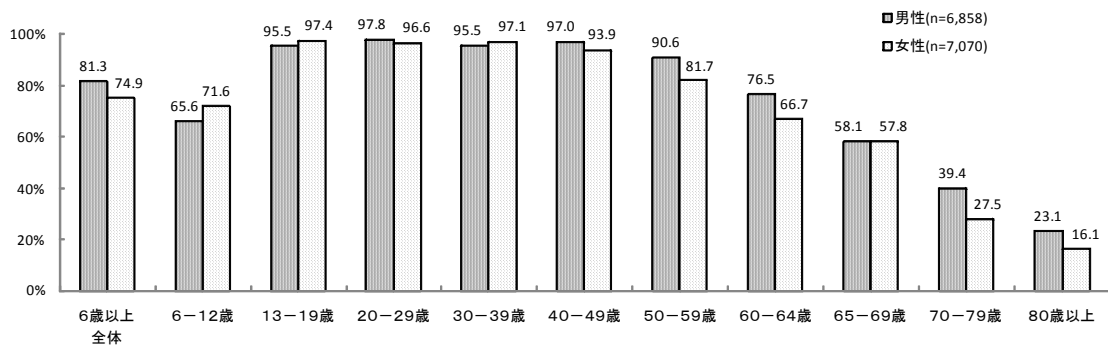
また、所属世帯年収別にみると、低所得者ほどインターネットの利用率が低くなっている。

属性別のインターネット利用率（個人）

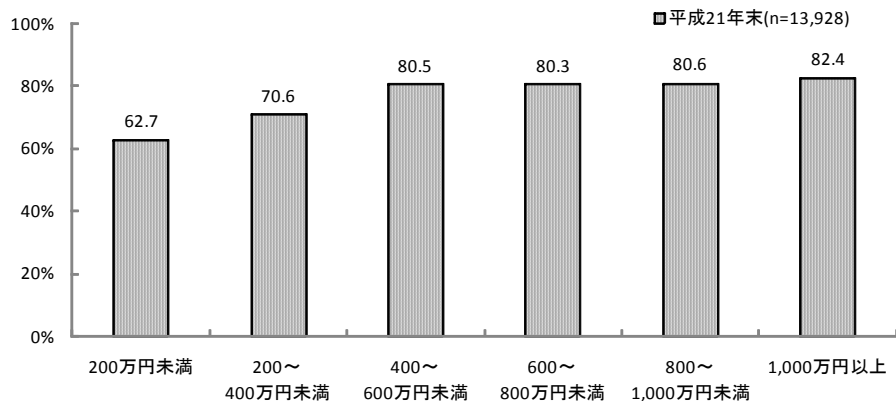
○世代別



○世代別男女別（平成21年末）



○所属世帯年収別（平成21年末）

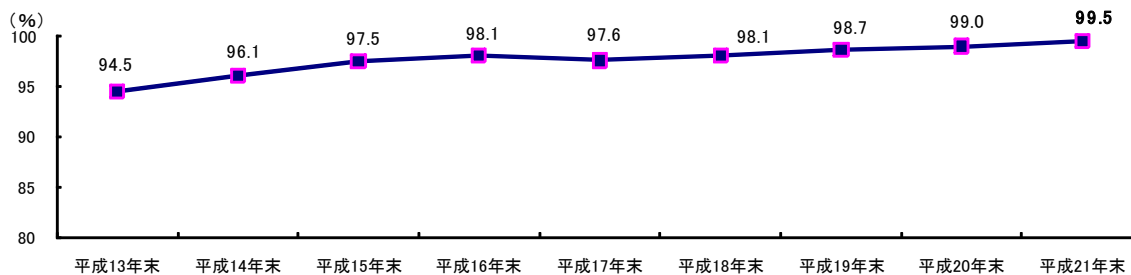


(3) インターネット利用率(企業)

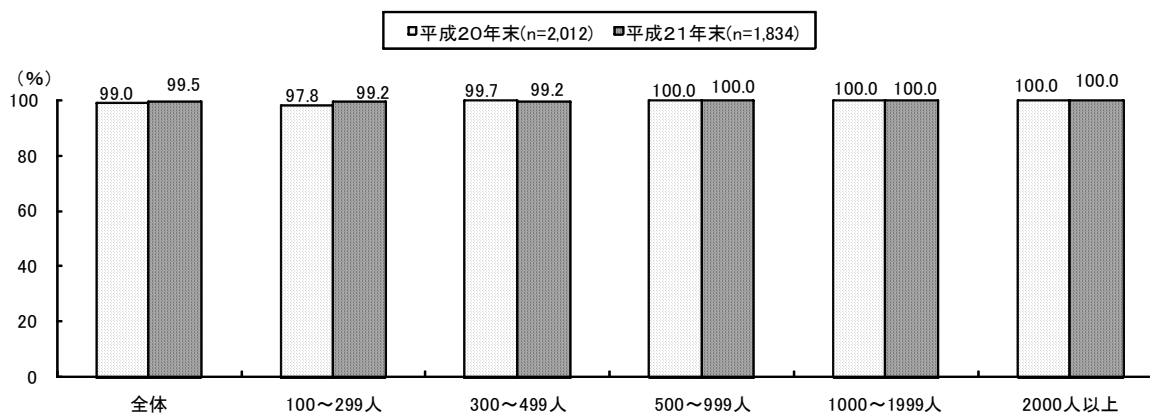
企業のインターネット利用率は、全体で99.5%となった。

従業員規模別にみると、500人以上の企業では100%である一方、500人未満の企業では、99.2%となっている。

インターネット利用率の推移 (企業)



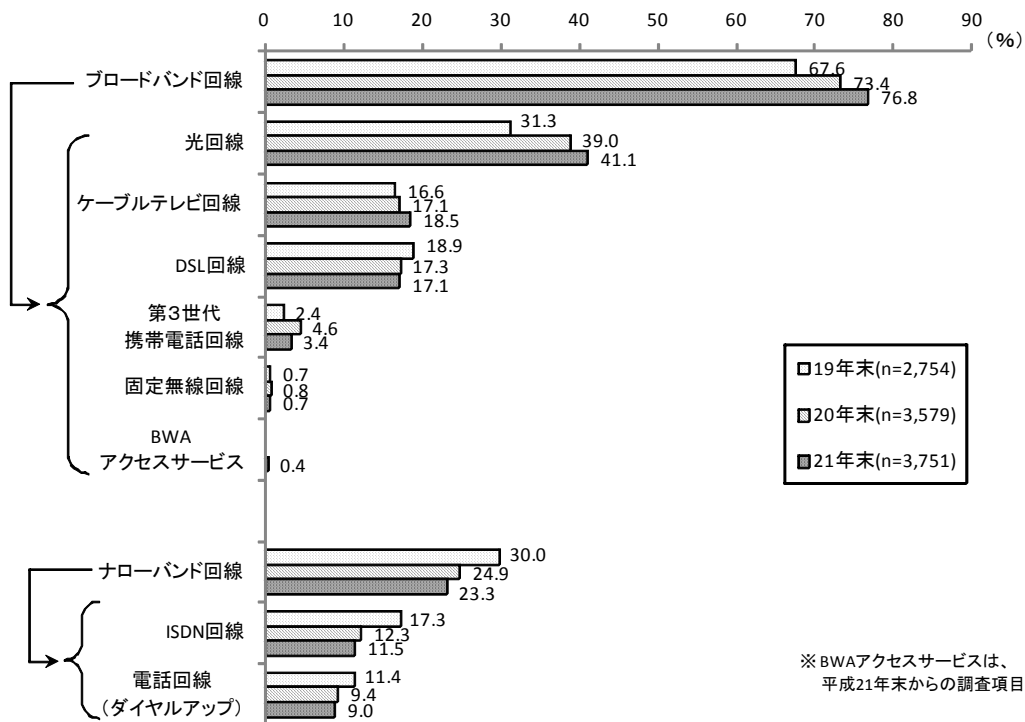
従業員規模別のインターネット利用率 (企業)



(4) インターネット接続回線の種類（世帯）

自宅のパソコンからのインターネット接続にブロードバンド回線を利用している世帯の割合は、76.8%と、前年から3.4ポイントの増加。そのうち、光回線の利用率が前年から2.1ポイント増の41.1%となり、世帯における光回線によるブロードバンド化が着実に進展している。

自宅のパソコンからのインターネット接続回線の種類（世帯）（複数回答）



(注) ①集計対象は「自宅」の「パソコン」からのインターネット利用世帯

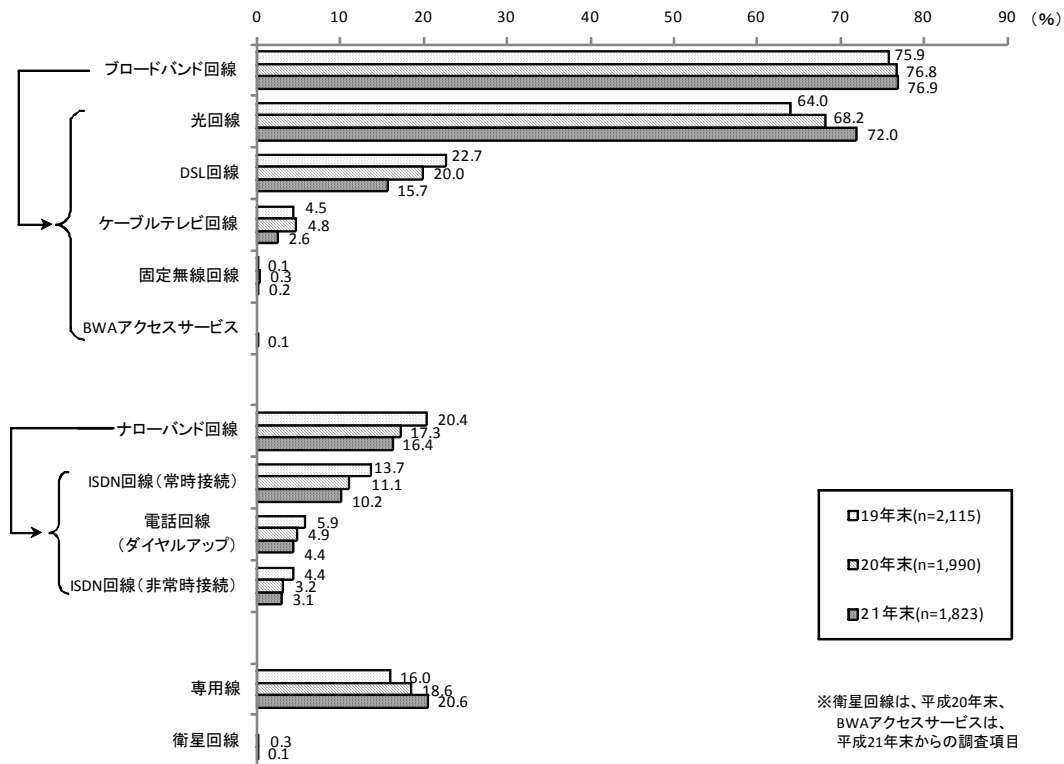
②「ブロードバンド回線」は、DSL回線、ケーブルテレビ回線、光回線、第三世代携帯電話回線（パソコンに接続して使う場合のみ）、固定無線回線及びBWAアクセスサービスがある

③「ナローバンド回線」には、上記以外に携帯電話回線、PHS回線等がある

(5) インターネット接続回線の種類（企業）

自社からのインターネット接続にブロードバンド回線を利用している企業の割合は、76.9%で前年と比較して横ばいとなった。しかしながら、光回線の利用率が前年から3.8ポイント増の72.0%となり、企業における光回線によるブロードバンド化が一層進展している。

インターネット接続回線の種類（企業）（複数回答）

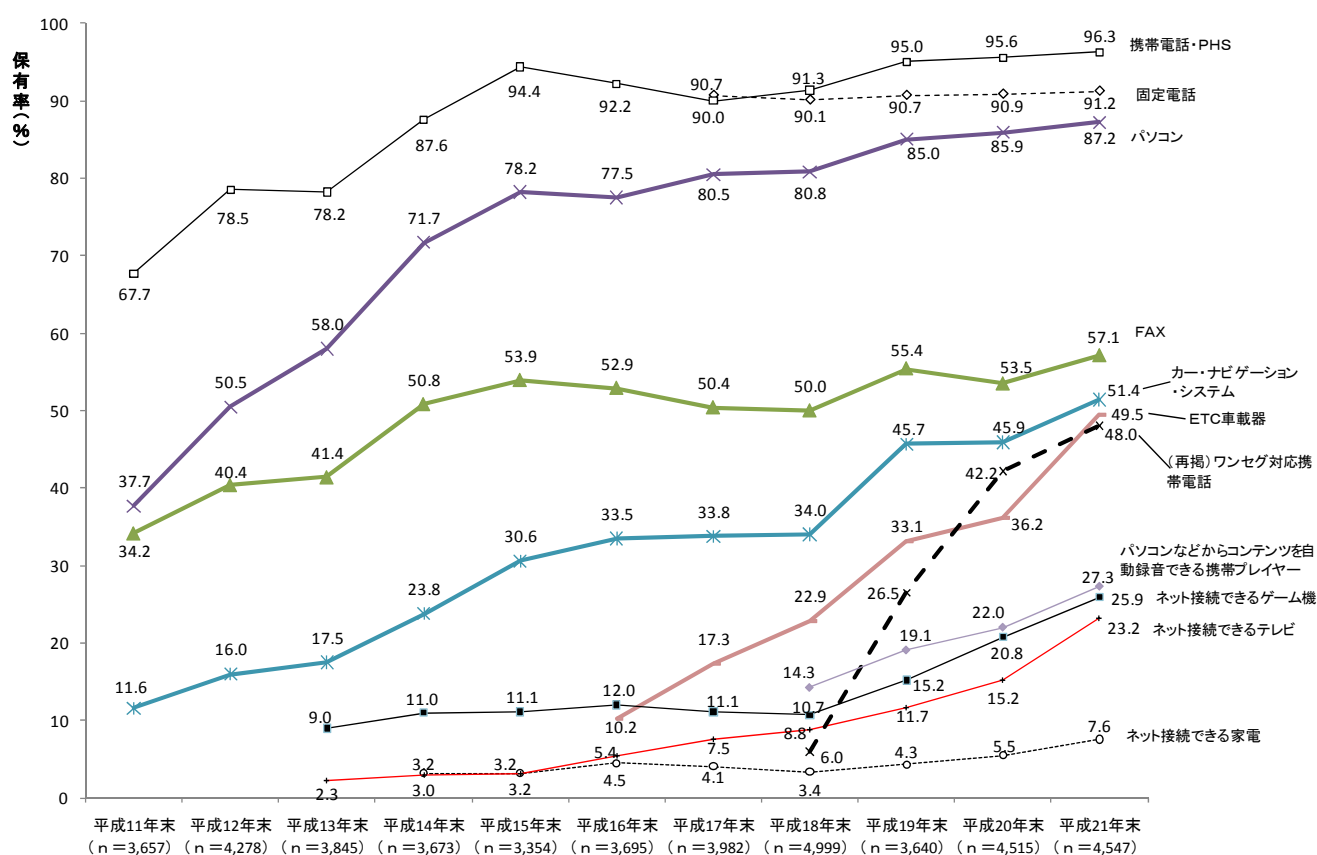


(6) 情報通信機器の普及状況（世帯）

情報通信機器の普及状況を機器別にみると、「携帯電話・PHS」及び「パソコン」の世帯普及率は、それぞれ96.3%及び87.2%と大半の世帯に普及。また、「カー・ナビゲーション・システム」の普及率は51.4%（対前年比5.5ポイント増）と初めて5割を超え、「ETC 車載器」の普及率も49.5%（対前年比13.3ポイント増）となるなど、交通分野のICT化が進展している。

また、インターネット接続できるゲーム機やテレビも、それぞれ25.9%（対前年比5.1ポイント増）、23.2%（対前年比8.0ポイント増）となるなど世帯への普及が進んでいる。

情報通信機器の普及率の推移（世帯）



(注) ネット接続できるゲーム機及びネット接続できるテレビは平成13年から、ネット接続できる家電は平成14年から、ETC車載器は平成16年から、固定電話は平成17年から、パソコンなどからコンテンツを自動録音できる携帯プレイヤー及び(再掲)ワンセグ対応携帯電話は平成18年からの調査項目。

(7) 携帯電話及びパソコンの利用率（個人）

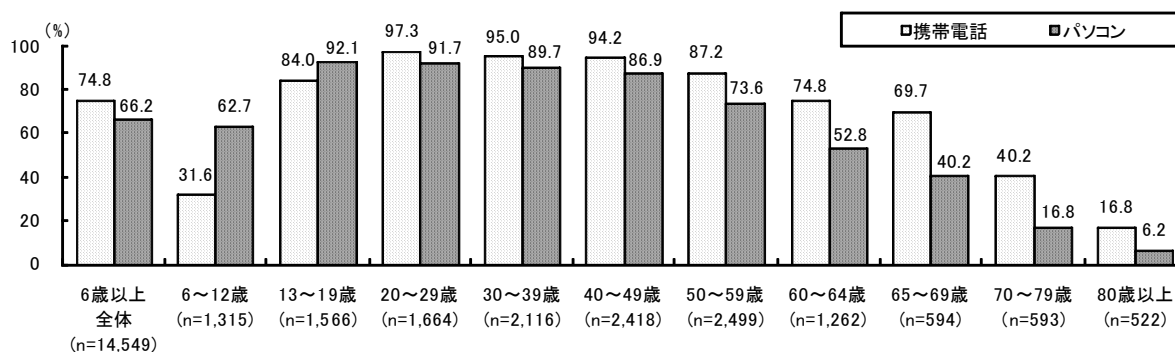
携帯電話及びパソコンの個人利用率をみると、携帯電話(74.8%)がパソコン(66.2%)を8.6ポイント上回っている。世代別では、携帯電話の個人利用率は、20代～40代で9割を超えており、60代後半でも7割弱である。特に、「60～64歳」「65～69歳」は、全体の利用率との差が平成15年調査ではそれぞれ12.1ポイント、32.5ポイントあったものが、平成21年調査では0ポイント、5.1ポイントと縮小している。

一方、パソコンの個人利用率は、13歳～40代で8割を超えるが、60代後半では40.2%に落ち込んでおり、携帯電話よりも価格が高く、操作にも相応の知識が必要なパソコンは、携帯電話以上に世代間で格差が大きい。

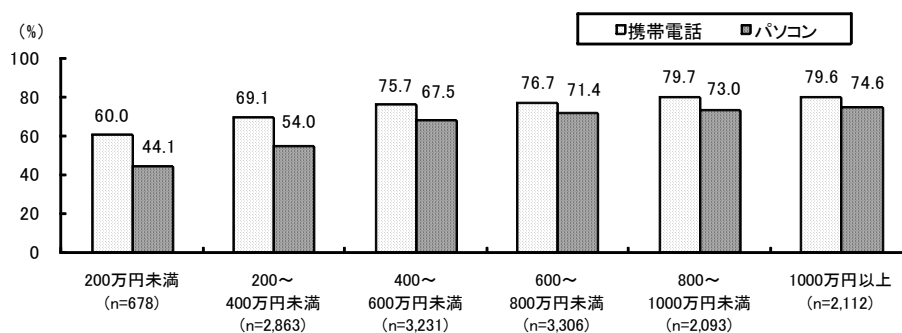
また、所属世帯年収別にみると、低所得者世帯で、携帯電話とパソコンの利用率の差が大きい。

属性別の携帯電話及びパソコンの利用率（個人）

○世代別（平成21年末）



○所属世帯年収別（平成21年末）



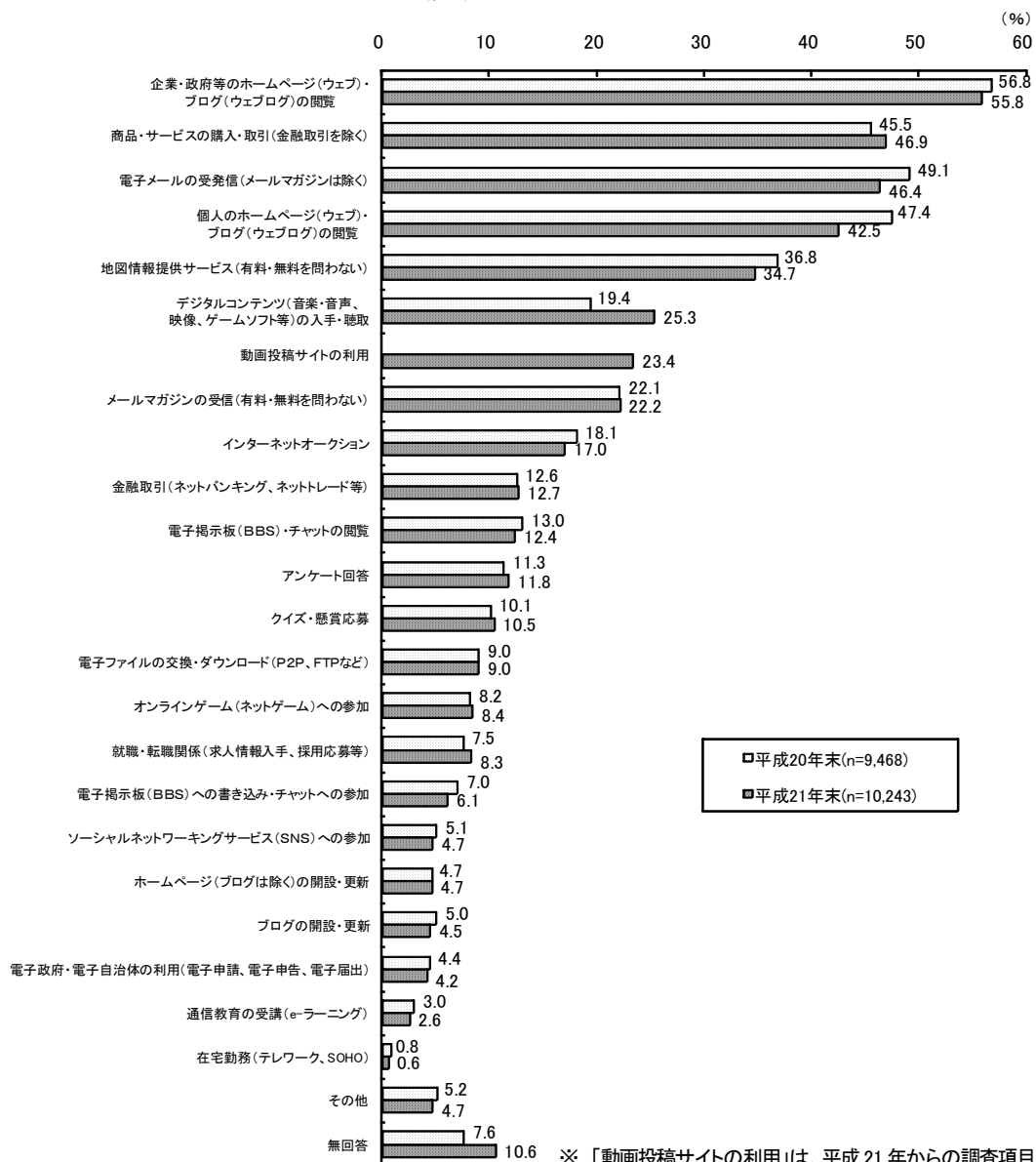
2 個人におけるICT利用の進展状況

(1) インターネットの利用目的

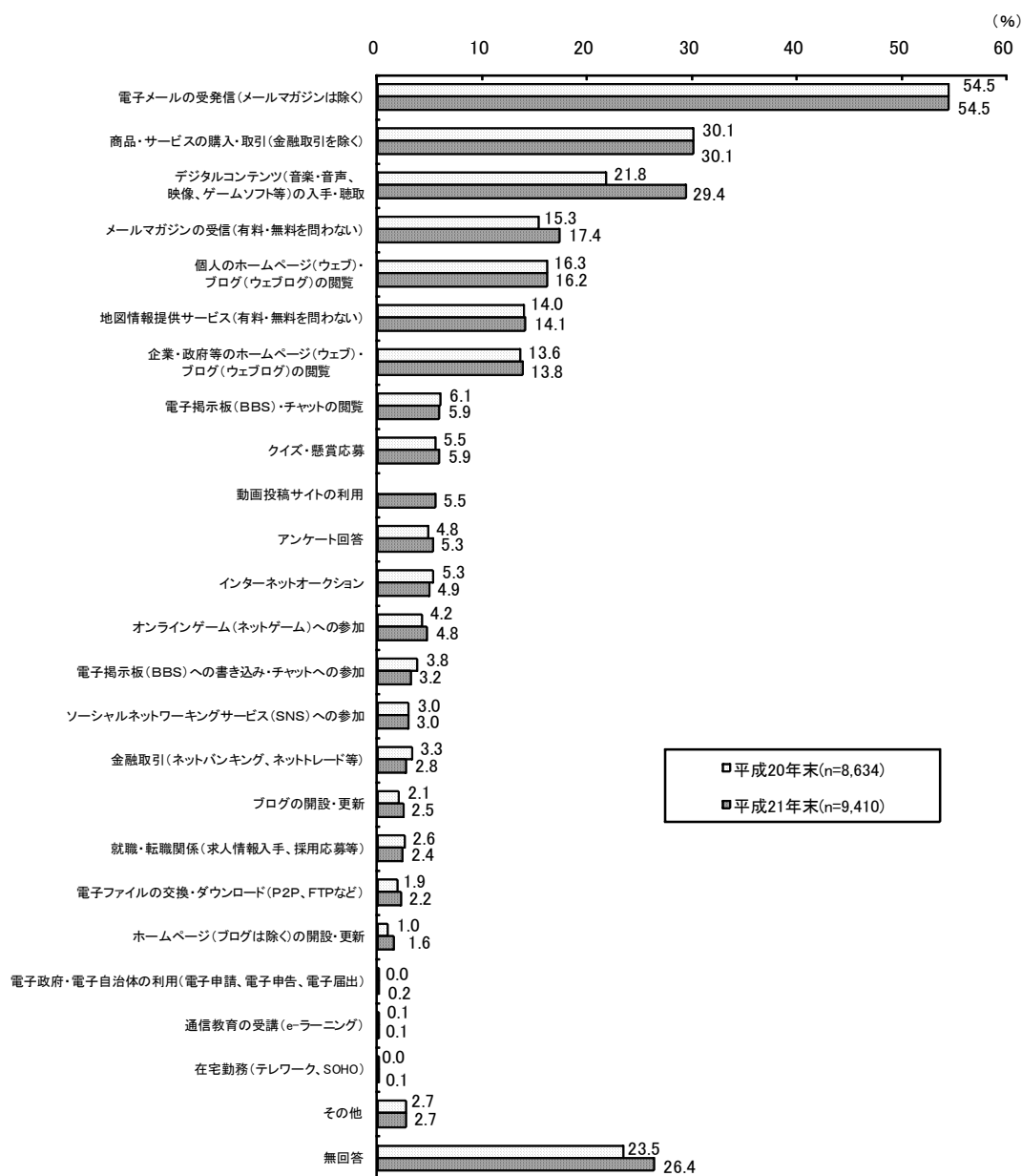
インターネットの利用目的については、パソコンからの利用は「企業・政府等のホームページ(ウェブ)・ブログ(ウェブログ)の閲覧」が55.8%と最も高い。一方、携帯電話からの利用では「電子メールの受発信」が54.5%と最も高くなっており、機器の特性に応じた利用を行っていることがうかがえる。

また、「デジタルコンテンツ(音楽・音声、映像、ゲームソフト等)の入手・聴取」は、パソコンからの利用が25.3%(対前年比5.9ポイント増)、携帯電話からの利用が29.4%(対前年比7.6ポイント増)と、いずれも利用が大きく拡大している。更に、パソコンで「動画投稿サイトの利用」(新規調査項目)をする人も23.4%となっている。

パソコンからのインターネット利用の機能・サービス(個人) (複数回答)



携帯電話からのインターネット利用機能・サービス（個人） （複数回答）



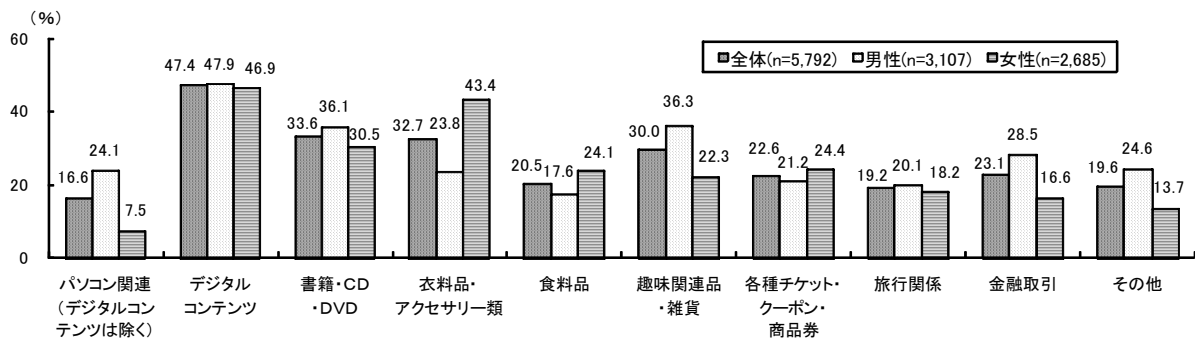
※ 「動画投稿サイトの利用」は、平成21年からの調査項目

(2) インターネットにより購入・取引した商品・サービス

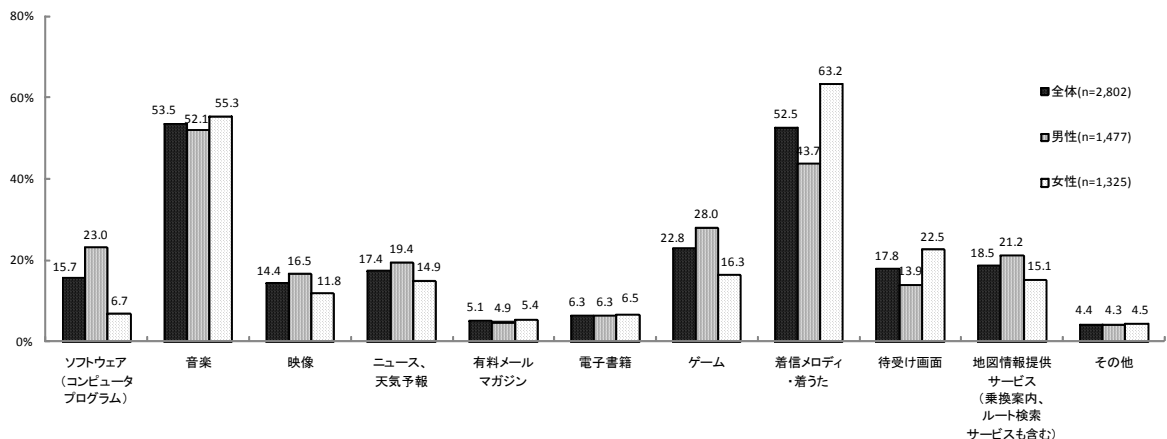
過去1年間にインターネットにより購入・取引した商品・サービスを男女別にみると、男女ともデジタルコンテンツの購入が最も多い(男性47.9%、女性46.9%)。一方、男性では、「趣味関連品・雑貨」(36.3%)、女性では「衣料品・アクセサリ類」(43.4%)の購入・取引が多くなっている。

購入・取引したデジタルコンテンツの内訳をみると、「音楽」が最も高い(53.5%)。また、男女別をみると、「着信メロディ・着うた」が女性では63.2%となっているのに対し、男性は43.7%と差が大きくなっている。「ソフトウェア(コンピュータプログラム)」でも、男性が23.0%となっているのに対し、女性は6.7%と差が大きくなっている。

インターネットにより購入・取引した商品・サービス(複数回答)(平成21年末)
(対象:15歳以上の商品・サービス購入経験者及び金融取引経験者)



インターネットにより購入・取引したデジタルコンテンツの種類(複数回答)(平成21年末)

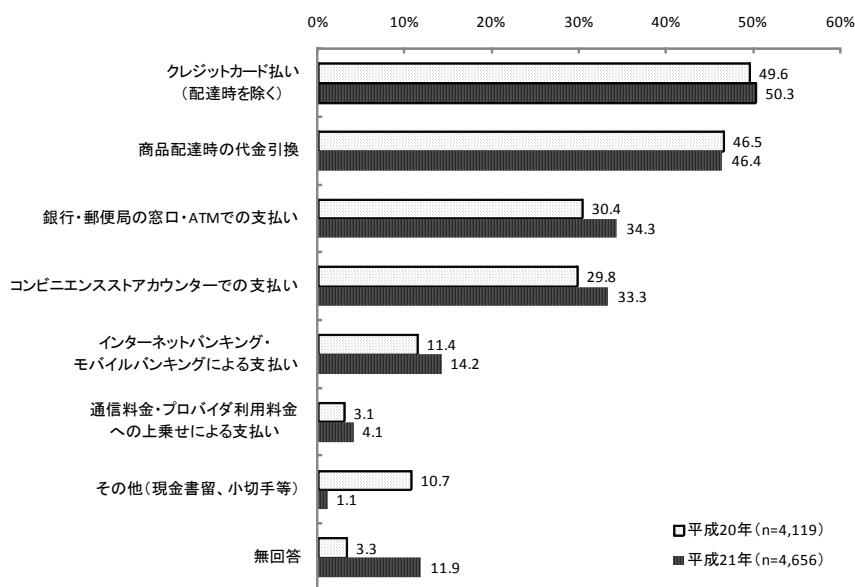


(3) インターネットで購入する際の決済方法

インターネットで購入する際の決済方法をみると、クレジットカード払いが50.3%（対前年比0.7ポイント増）と2人に1人が利用している。

また、「銀行・郵便局の窓口・ATMでの支払い」（34.3%）、「コンビニエンスストアカウンターでの支払い」（33.3%）など、多くの決済方法の割合が前年よりも増加しており、様々な決済方法の利用が進展していることがうかがえる。

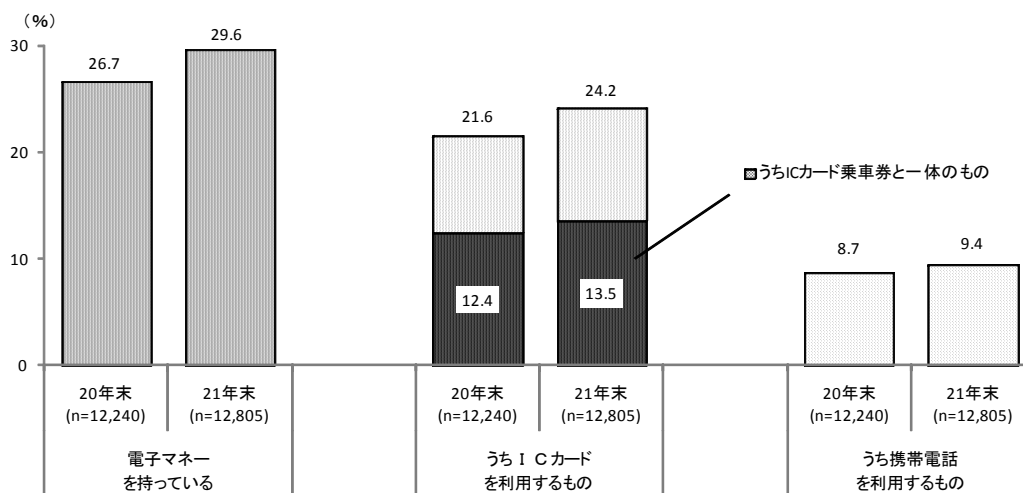
インターネットで購入する際の決済方法（複数回答）



(4) 非接触型電子マネーの利用状況

非接触型電子マネーの保有率は29.6%と前年と比較して2.9ポイントの増加。非接触型電子マネーの形態は、「ICカードを利用するもの」が24.2%（対前年比2.6ポイント増）で、「携帯電話を利用するもの」は、9.4%（対前年比0.7ポイント増）である。

非接触型電子マネーの保有率（個人）（複数回答）



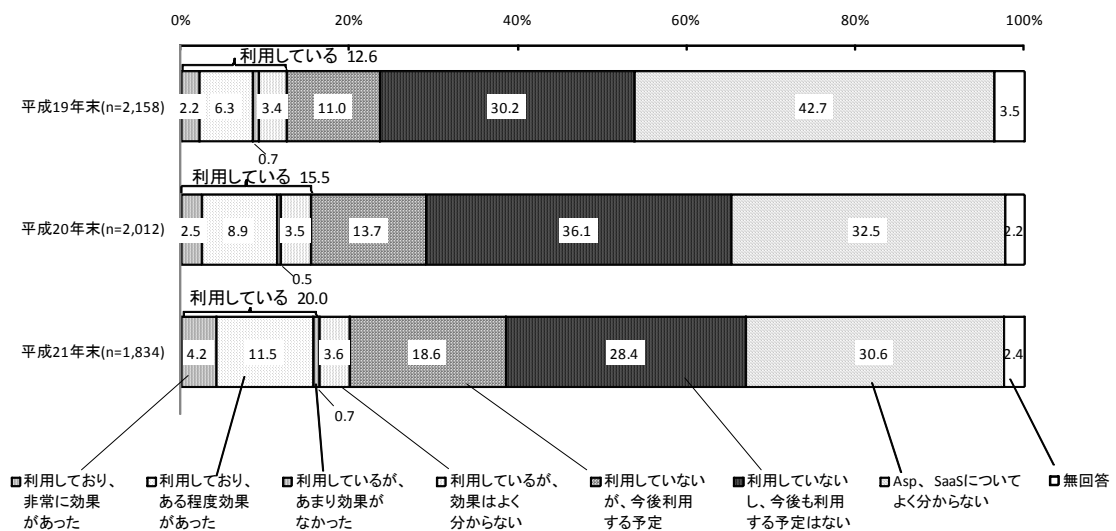
3 企業におけるICT利用の進展状況

(1) ASP・SaaSの利用状況

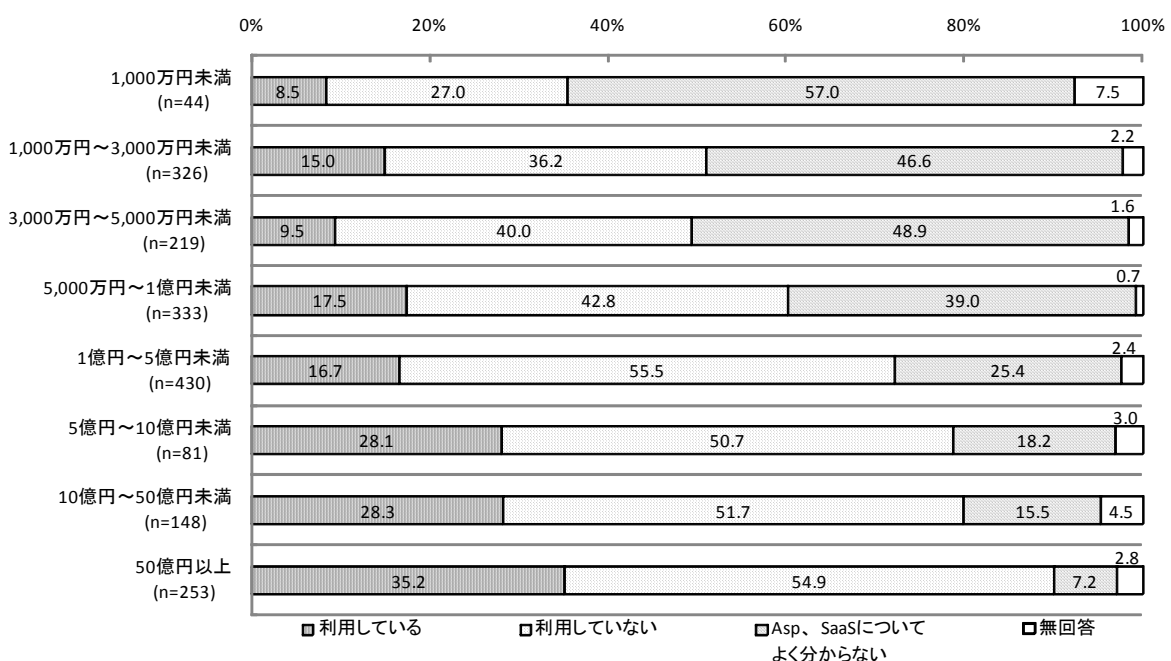
ASP・SaaS を利用している企業の割合は20.0% (対前年比4.5ポイント増)と5社に1社が利用している。資本金規模別に利用状況を見ると、資本金1千万円未満では利用率が8.5%である一方、資本金50億円以上では利用率が35.2%と、企業の規模により、利用の割合に差がみられる。

また、ASP・SaaSを利用している企業のうち、効果があったと回答した企業は、平成19年調査では67.5%、平成20年調査では73.9%、平成21年調査では78.5%と着実に増加している。

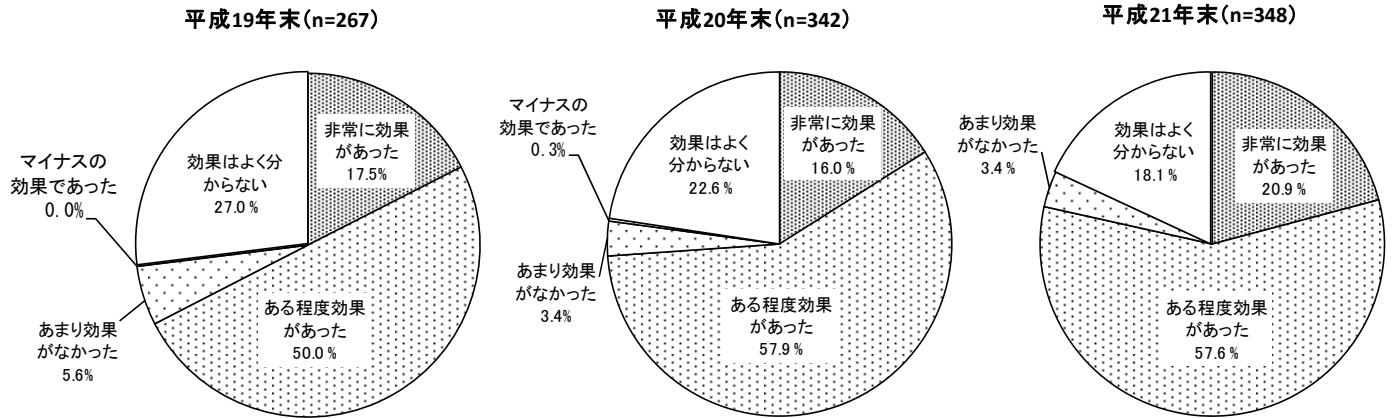
ASP・SaaS の利用状況



ASP・SaaS の利用状況(資本金規模別)(平成21年末)



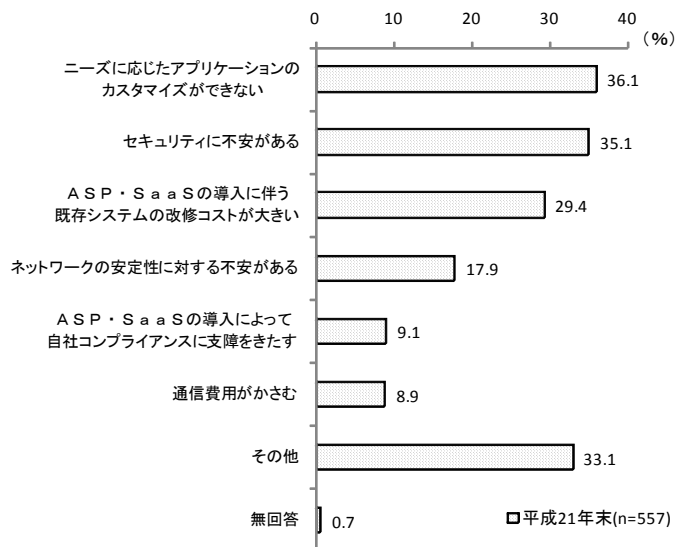
ASP・SaaSの利用効果の有無



(2) ASP・SaaSを利用しない理由

ASP・SaaSを利用しない理由としては、「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」(36.1%)、「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改修コストが大きい」(29.4%)などとなっている。

ASP・SaaSを利用しない理由(複数回答)(平成21年末)



(3) テレワーク

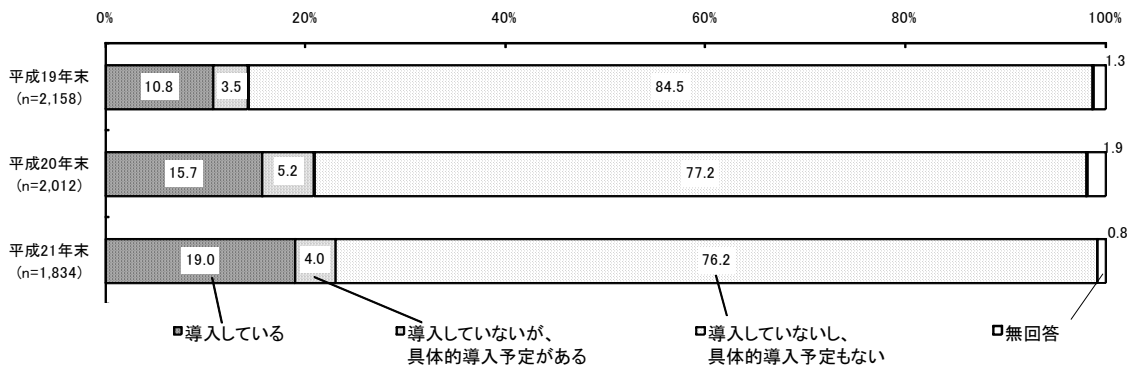
テレワークを導入している企業は、平成19年調査の10.8%から平成21年調査では19.0%と、ここ2年間でほぼ2倍となり、企業においてテレワークの導入が進展している。資本金規模別のテレワークの導入率をみると、中小企業では導入率が低くなっている。

主なテレワークの導入目的をみると、「勤務者の移動時間の短縮」(51.5%)、「定型的業務の効率性(生産性)の向上」(41.8%)となっている。

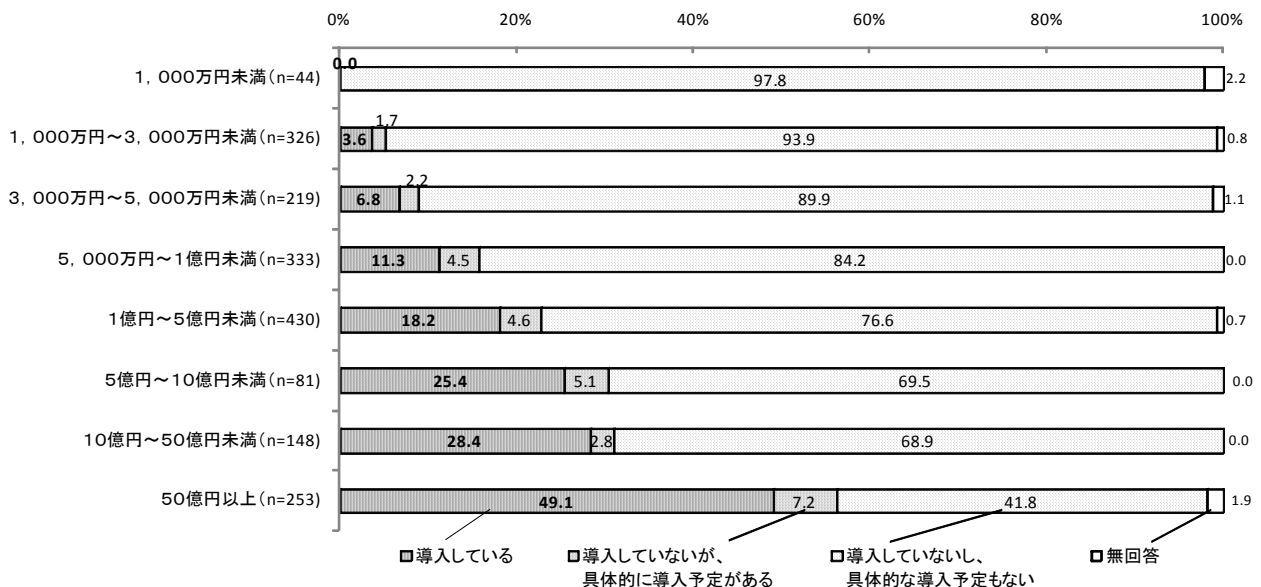
また、「非常時(地震、新型インフルエンザ等)の事業継続に備えて」が、前年から20.4ポイント増と大幅に増加して、39.6%となった。

テレワークを導入している企業のテレワークの効果についてみると、9割強(96.2%)の企業が効果があったと回答。

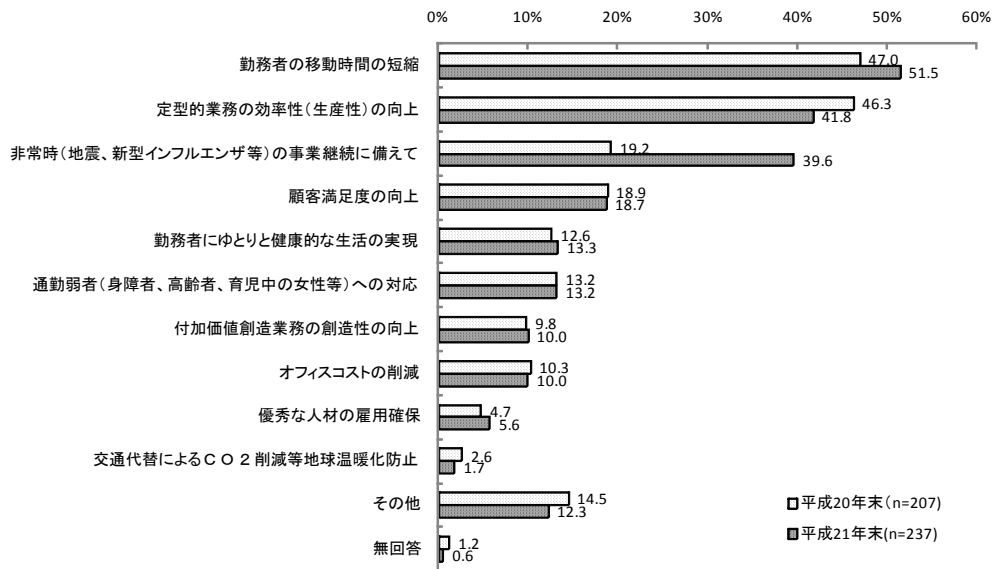
テレワークの導入率



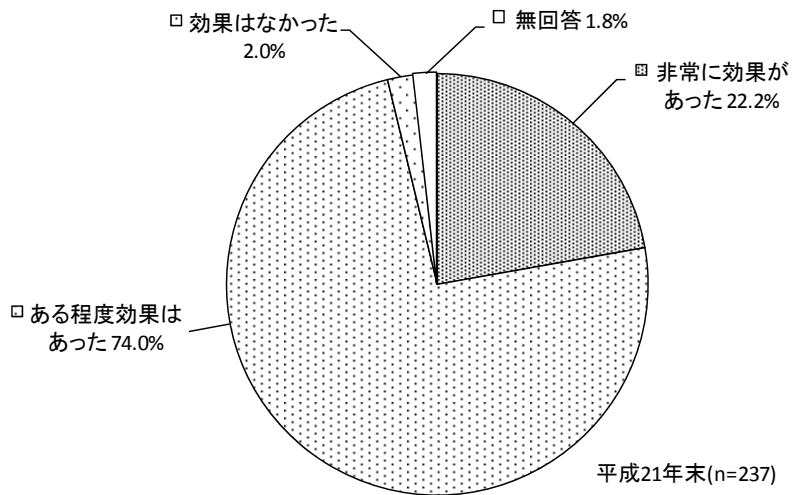
資本金規模別テレワークの導入率(平成21年末)



テレワークの導入目的(複数回答)



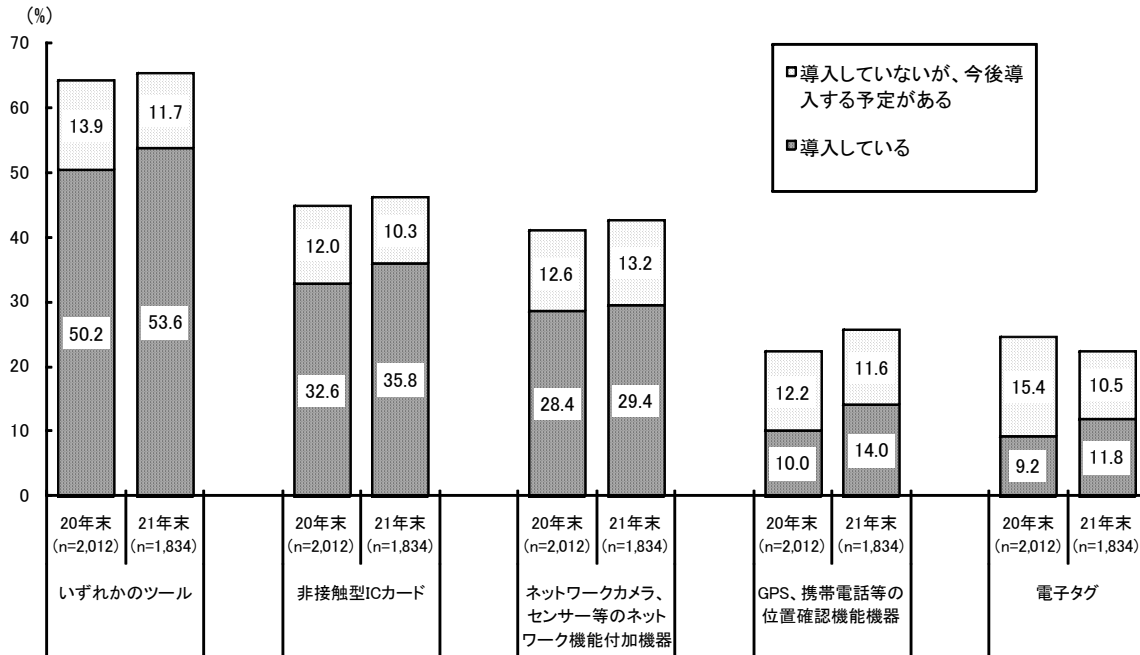
テレワークの効果(平成21年末)



(4) ICT関連ツール※を利用したサービス・システムの導入率

いずれかのICT関連ツールを利用したサービス・システムを導入している企業は、53.6% (対前年比3.4ポイント増)となった。また、各ICT関連ツールの導入率は前年より増加しており、企業におけるICT化が着実に進展。

ICT関連ツールを利用したサービス・システムの導入率
(複数回答)



(※) ここでは、電子タグ(RFIDタグ)、非接触型ICカード、ネットワークカメラ、センサー等のネットワーク機能付加機器、GPS等の位置確認機能機器など、次世代の通信機器を備えたビジネスツールの総称を「ICT関連ツール」としている。

(5) 電子商取引の実施状況

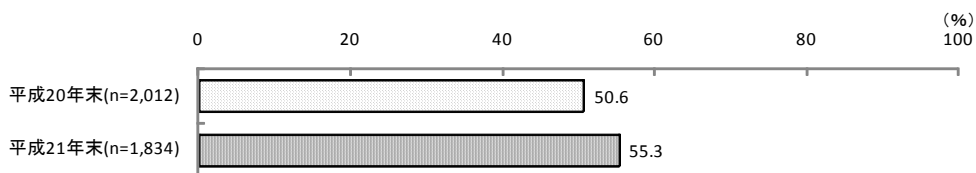
電子商取引(インターネットを利用した調達・販売)を実施している企業の割合は55.3%(対前年比4.7ポイント増)となり、電子商取引が着実に進展。業種別にみると、「卸売・小売業」が59.3%と最も実施率が高く、次いで「サービス業・その他」の58.3%となっている。

電子商取引の種類別にみると、「企業からの調達」は「建設業」が36.3%と最も高く、「企業への販売」は「製造業」が6.2%と最も高くなっている。また、「消費者への販売」は「金融・保険業」が15.8%と最も高い。

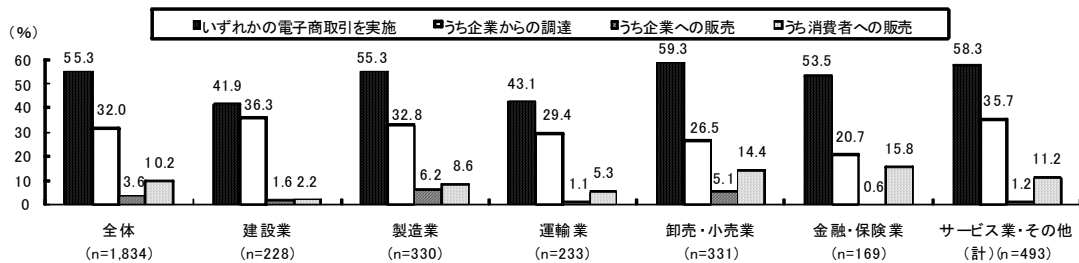
インターネットを利用した販売を行っている企業のインターネット販売を行う主な理由をみると、「広範囲に新規顧客を獲得できる」(53.5%)、「取引に関わる間接業務を効率化できる」(35.3%)となっている。

電子商取引の実施企業

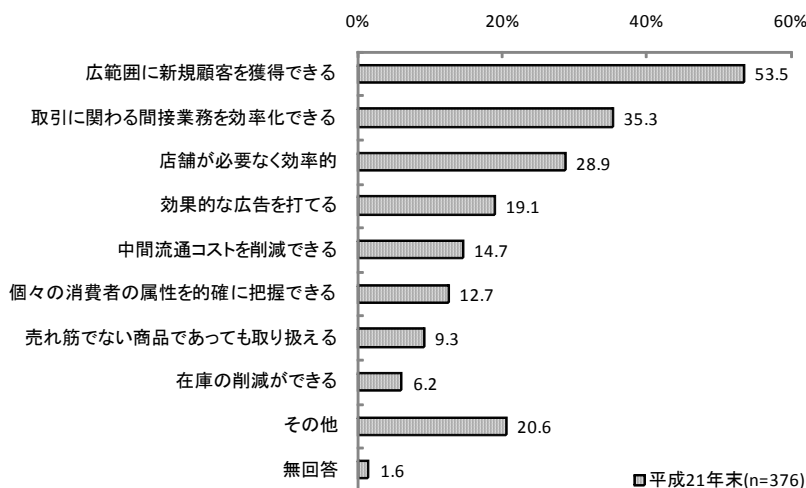
○電子商取引(企業からの調達、企業への販売、消費者への販売のいずれか)の実施状況



○産業別電子商取引の実施状況(平成21年末)(複数回答)



インターネット販売を行う理由(複数回答)(平成21年末)

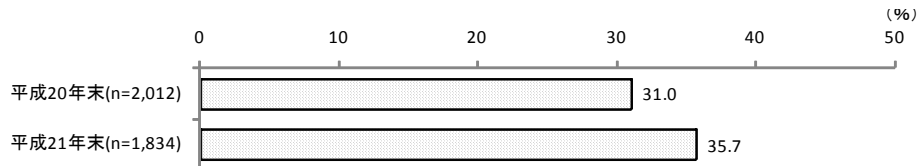


(6) インターネットを利用した広告の実施状況

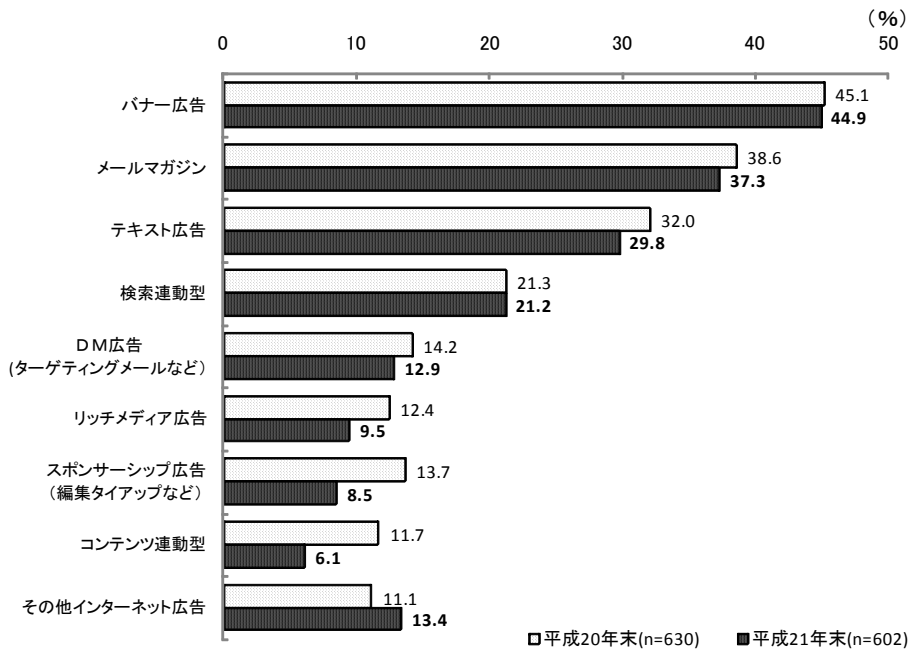
インターネットを利用した広告を実施している企業は、前年と比較して4.7ポイント増の35.7%となっている。

行った広告の種類では、「バナー広告」が44.9%、メールマガジンが37.3%となっている。

インターネット広告の実施率



実施したインターネット広告の種類（複数回答）



(※)リッチメディア広告: マウスの動きに合わせて表示が動いたり、ストリーミング技術で動画を表示したりするような音声や映像を活用しているもの。

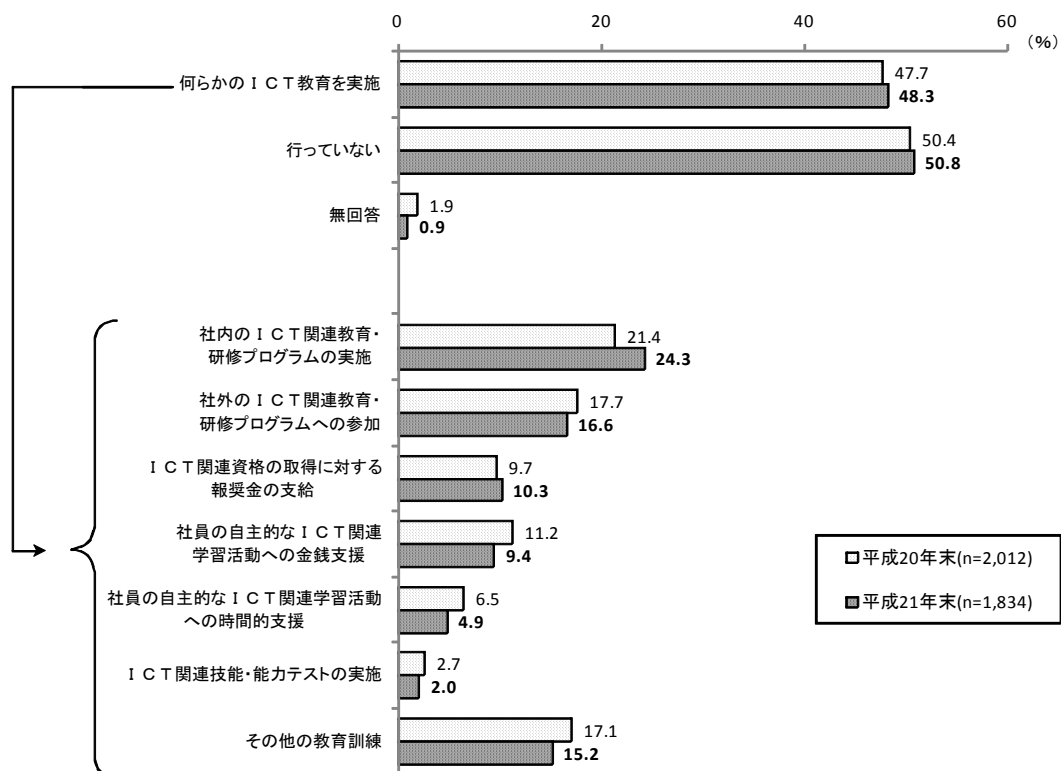
(※)コンテンツ連動型: Webコンテンツの内容を解析し、内容と関連のある広告を配信するもの。

(7) ICT教育の実施状況

従業員に対し、ICT教育を行っている企業は48.3%(対前年比0.6ポイント増)となったが、一方で、約5割(50.8%)の企業が従業員に対するICT教育を実施していない。

教育内容をみると、「社内のICT関連教育・研修プログラムの実施」(24.3%)、「社外のICT関連教育・研修プログラムへの参加」(16.6%)となっている。

ICT教育の実施状況



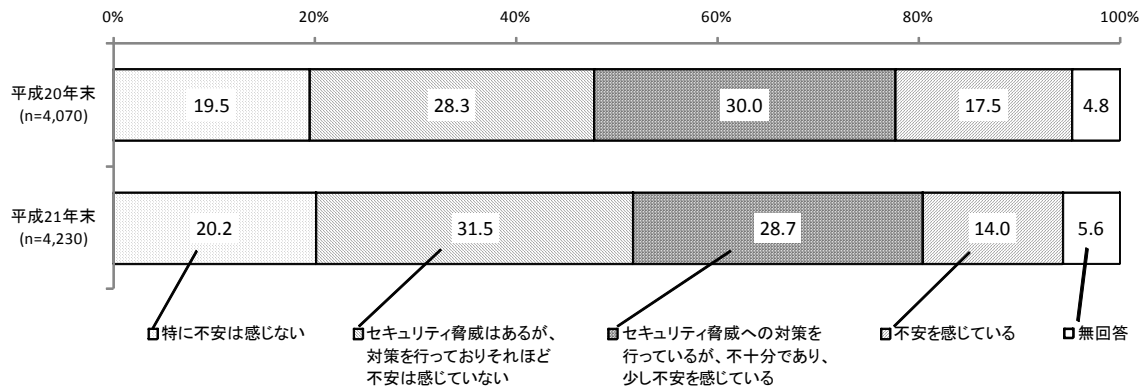
4 安全・安心への取組状況

(1) インターネット利用で感じる不安（世帯）

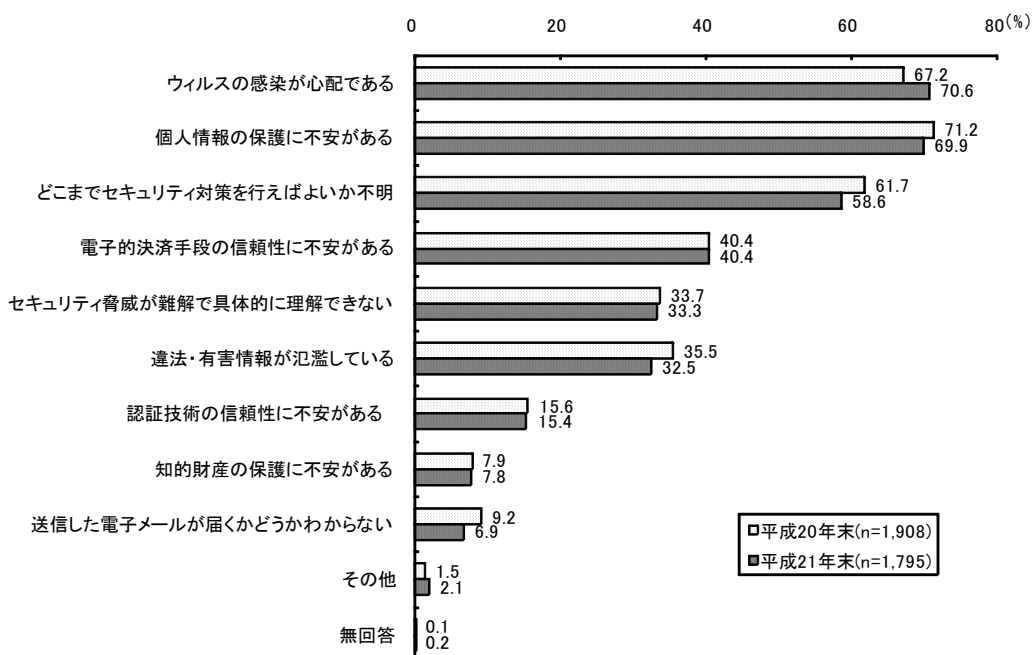
インターネットを利用して感じる不安の有無について、「特に不安は感じない」、「それほど不安は感じていない」を合わせると51.7%(対前年比3.9ポイント増)と、5割の世帯が不安を感じていないとしており、前年よりも不安を感じていない世帯が増加している。

一方で、不安を感じている世帯では、不安の内容として、約7割の世帯が、「ウィルスの感染が心配である」(70.6%)、「個人情報の保護に不安がある」(69.9%)を挙げている。

インターネット利用上の不安の有無（世帯）



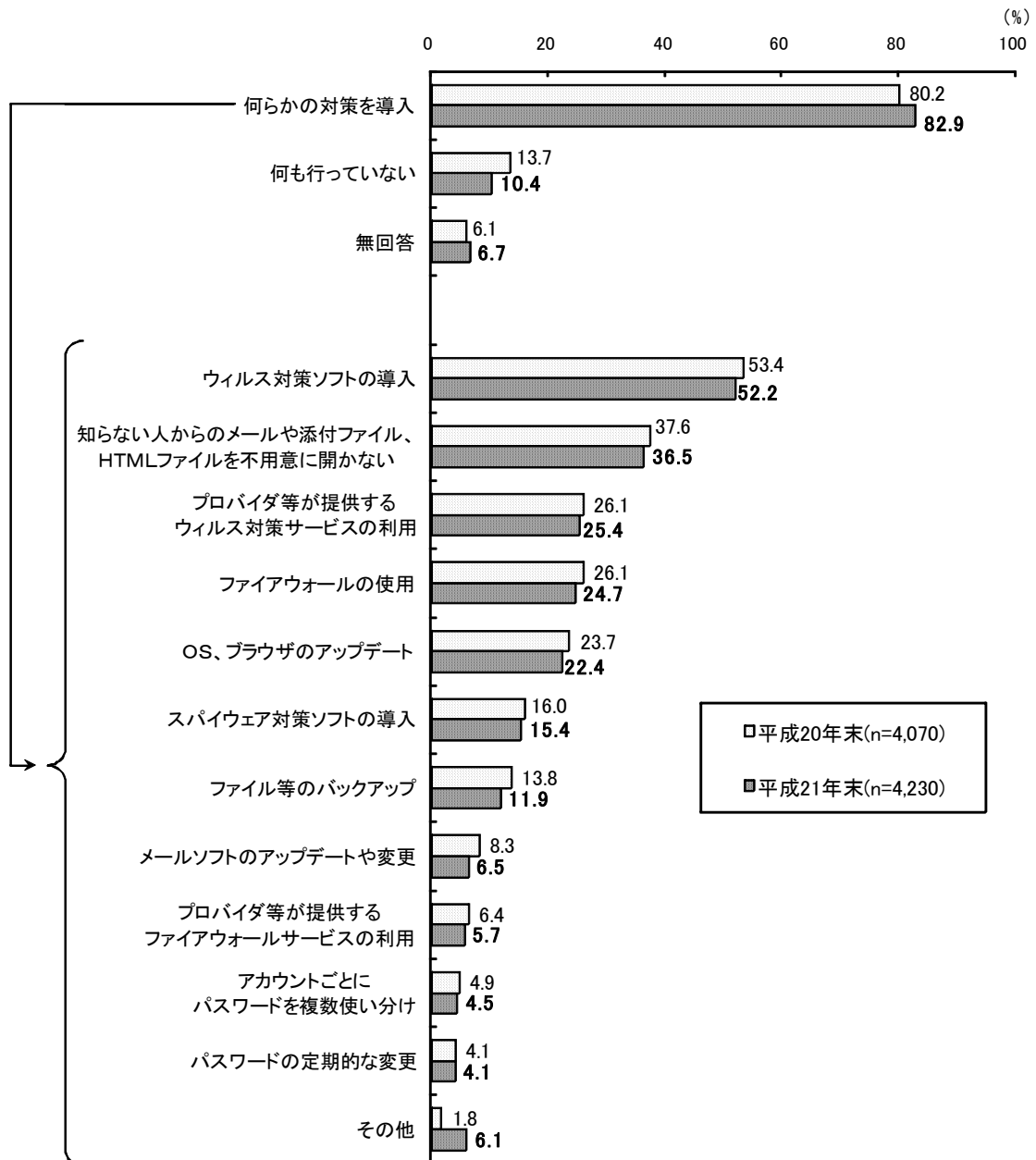
インターネット利用で感じる不安の内容（世帯）（複数回答）



(2) セキュリティ対策の実施状況（世帯）

何らかのセキュリティ対策を実施している世帯の割合は、82.9%と前年に比べて2.7ポイント増加した。対策内容を見ると、5割を超える世帯が「ウイルス対策ソフトの導入」(52.2%)を挙げており、次いで、「知らない人からのメールや添付ファイル、HTMLファイルを不用意に開かない」(36.5%)などとなっている。

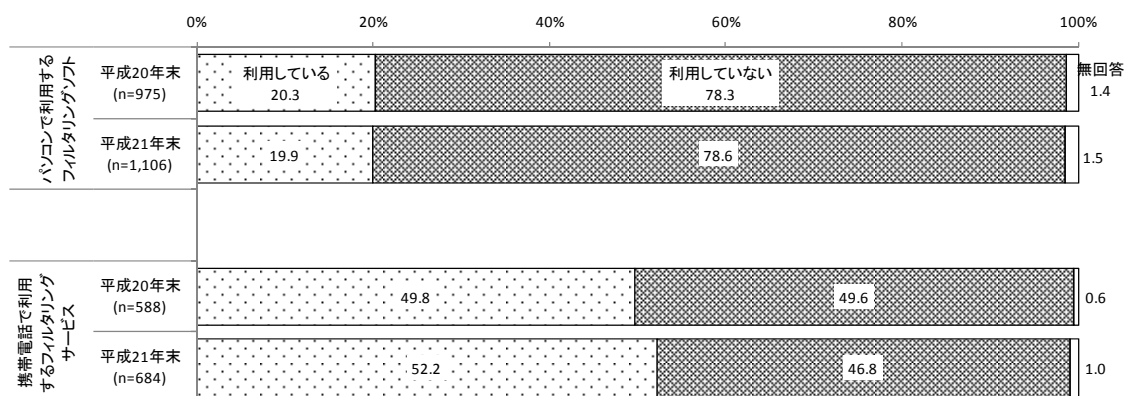
セキュリティ対策の実施状況（世帯）（複数回答）



(3) フィルタリングソフト・サービスの利用状況（世帯）

18歳未満の子供がいる世帯におけるフィルタリングソフト・サービスの利用状況は、利用している世帯の割合がパソコンでは19.9%（対前年比0.4ポイント減）であるのに対し、携帯電話では52.2%（対前年比2.4ポイント増）となり、携帯電話におけるフィルタリングサービスは2世帯に1世帯が利用している。

フィルタリングソフト・サービスの利用状況（世帯）

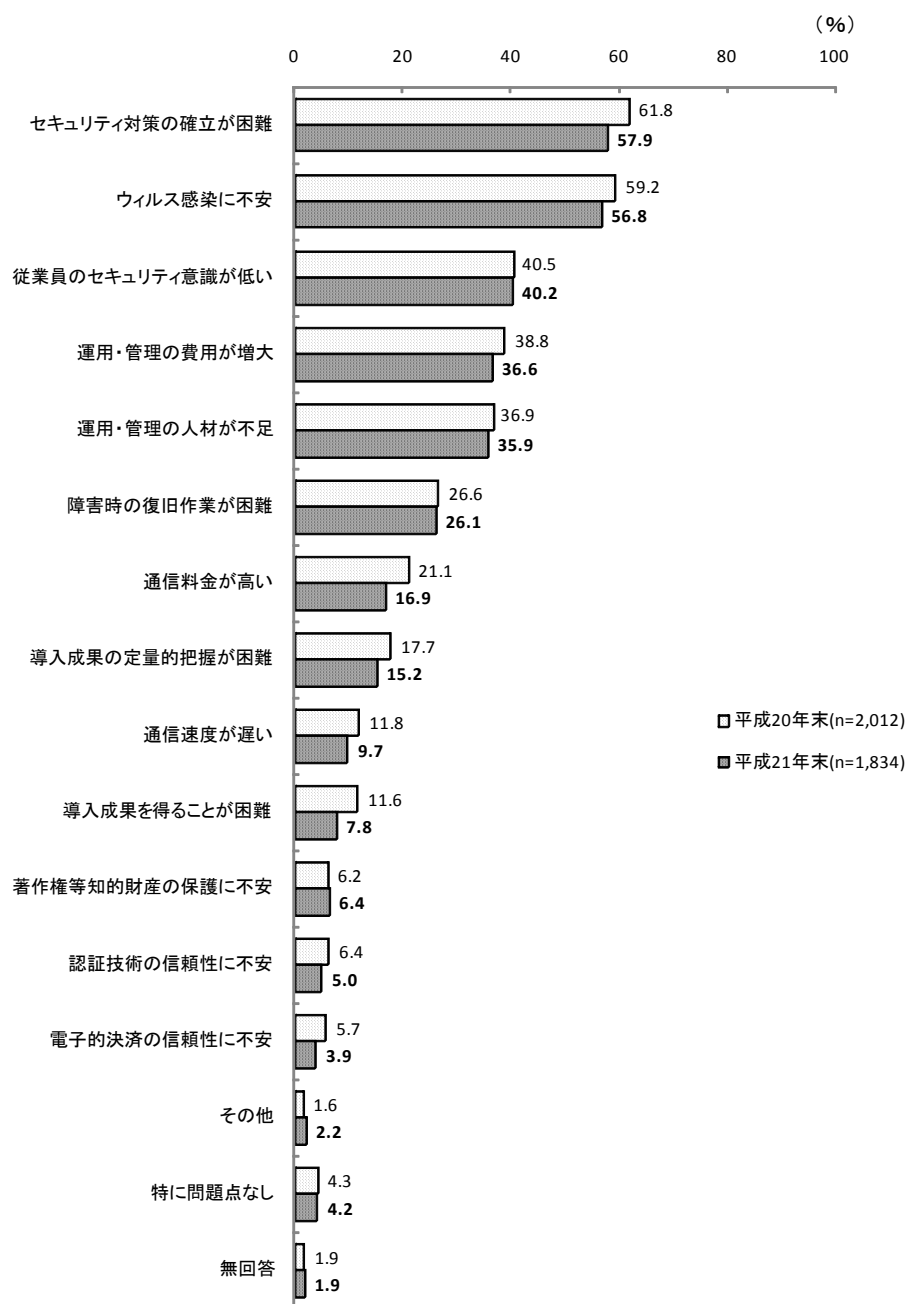


（対象は、パソコンまたは携帯電話でインターネットを利用する18歳未満の子供がいる世帯）

(4) インターネット、企業内 LAN 等を利用する上での問題点(企業)

インターネットや企業内 LAN 等を利用する上での問題点は、「セキュリティ対策の確立が困難」が57.9%と最も多く、次いで「ウイルス感染に不安」(56.8%)、「従業員のセキュリティ意識が低い」(40.2%)となっており、前年と同様にセキュリティに関連するものが上位を占めている。また、「運用・管理の費用が増大」(36.6%)、「運用・管理の人材が不足」(35.9%)などの運用に係るコスト、人材面での問題点を挙げる企業も少なくない。

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

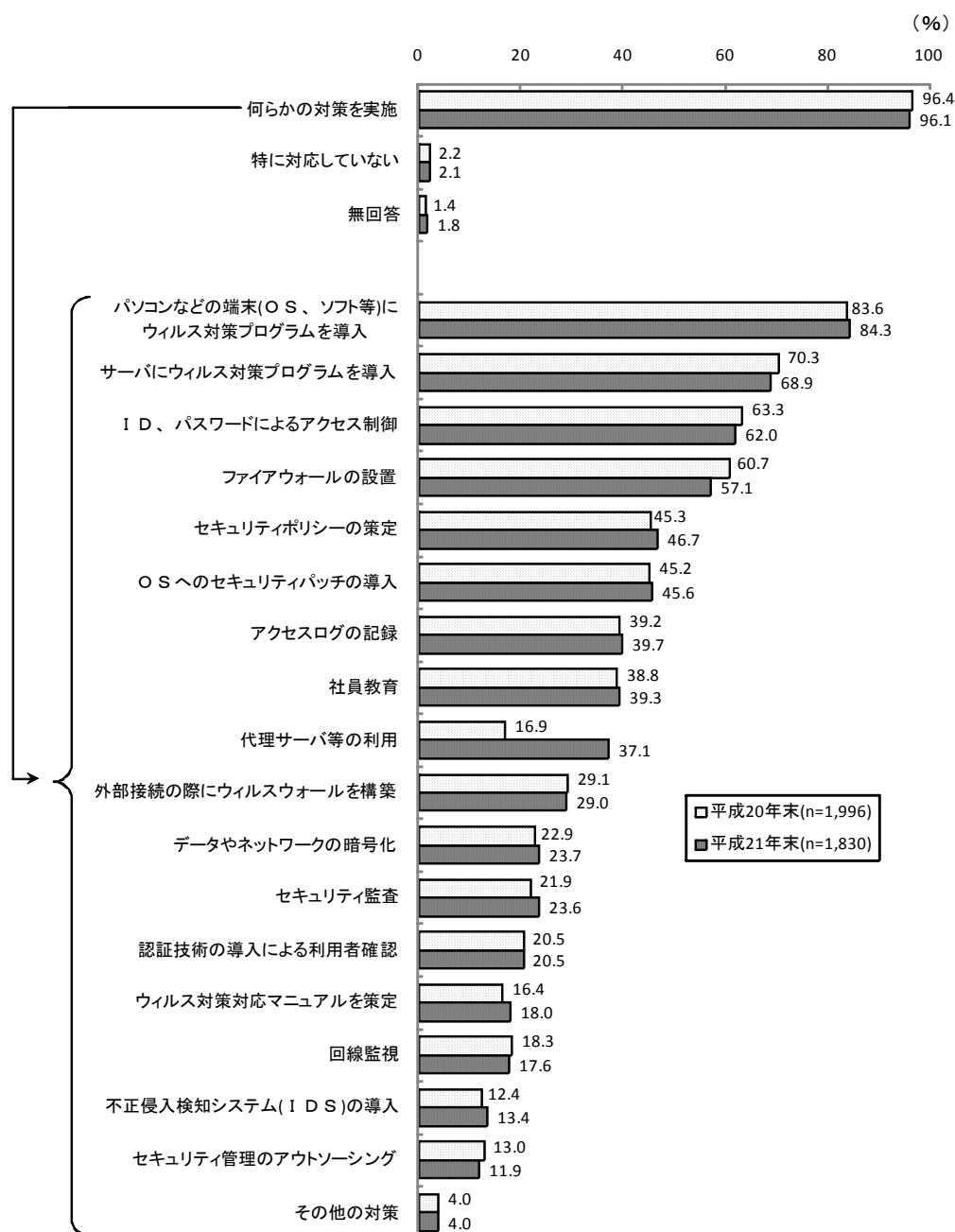


(5) セキュリティ対策の実施状況（企業）

インターネット、企業内 LAN 等を利用する企業のうち何らかのセキュリティ対策を実施している企業の割合は、96.1%となった。

セキュリティ対策の内容としては、「パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入」(84.3%)が最も多い。

セキュリティ対策の実施状況（企業）（複数回答）

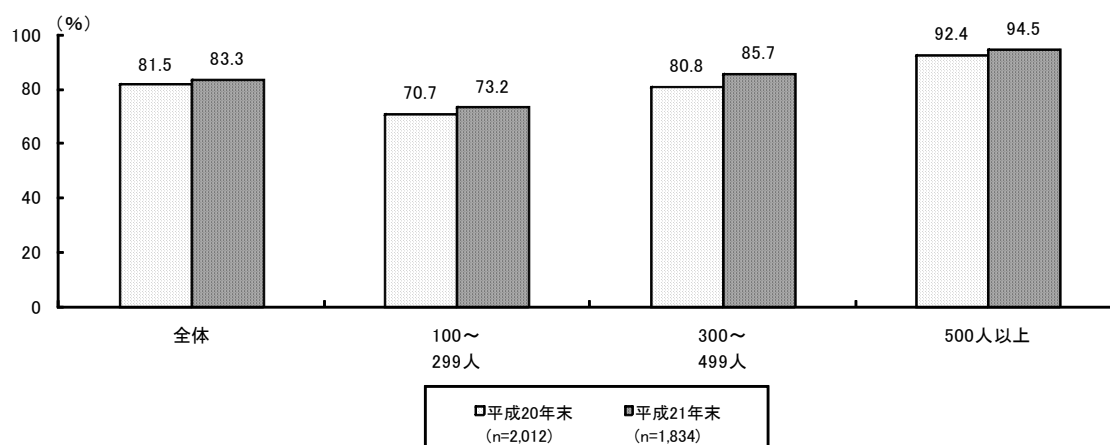


(6) 個人情報保護対策の実施状況（企業）

インターネット、企業内LANを利用する企業のうち何らかの個人情報保護対策を実施している企業の割合は、83.3%（対前年比1.8ポイント増）となった。また、従業員規模が大きいほど実施率が高い。

主な対策内容としては、「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%）となっている。

従業員規模別個人情報保護対策の実施率（企業）



個人情報保護対策の実施状況（企業）（複数回答）

