

【平成 21 年度 北九州市の情報化の最新実態調査】

北九州市内の情報化実態

平成 22 年 5 月

北九州市総務市民局・北九州商工会議所

目 次

第1章 調査実施概要	1
1 調査の目的	1
2 調査の内容	1
3 調査体制	2
第2章 調査結果	3
1 市民の情報化実態	3
(1) 世帯の情報化実態	3
(2) 個人のインターネット利用状況	6
(3) 北九州市の情報化施策	16
(4) 行政手続きにかかる電子申請	17
(5) 地上デジタルテレビ放送	20
(6) 今後の情報化に対する考え方	24
2 企業（事業所）の情報化実態	27
(1) 情報通信機器の活用状況	27
(2) 社内ネットワークの活用状況	29
(3) インターネットの利用状況	32
(4) 情報通信ネットワークの被害状況とセキュリティ対策	38
(5) 通信媒体の利用実態	39
(6) 情報化に対する意識	40

第1章 調査実施概要

1 調査の目的

北九州市では平成18年度に情報化実態調査を実施したが、その後3年が経過し、前回調査当時とは市民および企業を取り巻く環境等、様々な部分で大きな変化が生じていると推測されることから、最近の市内の情報化実態を把握することを目的として本調査を実施した。

2 調査の内容

(1) 実施内容

	市民実態調査	事業所実態調査
調査対象者	一般世帯 (15歳以上対象、無作為抽出)	市内事業所 (商工会議所データベースによる無作為抽出)
抽出サンプル	4,000	3,000
調査方法	アンケート調査(郵送法)	
調査時期	平成22年1月	

(2) 回収結果

	郵送数(a)	有効回答数(b)	回収率(b/a)
市民実態調査	4,000	1,550	38.8%
事業所実態調査	3,000	988	32.9%

(3) 調査対象の属性

ア 市民実態調査

	サンプル数	年代別構成比 (%)									
		19歳以下	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～64歳	65～69歳	70歳以上	無回答	
全体	1,550	3.5	9.4	13.4	12.5	17.4	11.7	9.8	22.3	0.1	
居住地	門司区	155	1.9	6.5	11.6	9.7	18.1	12.3	11.0	29.0	0.0
	小倉北区	265	4.2	11.3	13.2	13.2	18.5	14.0	9.4	15.8	0.4
	小倉南区	337	2.7	9.5	15.4	13.1	15.1	11.6	9.2	23.4	0.0
	若松区	131	4.6	6.9	12.2	12.2	19.1	10.7	9.9	24.4	0.0
	八幡東区	125	2.4	9.6	12.0	15.2	20.8	8.0	6.4	25.6	0.0
	八幡西区	434	3.5	9.4	13.4	12.7	18.2	11.8	11.1	20.0	0.0
戸畑区	102	7.8	11.8	11.8	8.8	11.8	10.8	9.8	27.5	0.0	
性別	男性	673	3.3	8.6	12.2	11.0	17.7	13.1	11.6	22.6	0.0
	女性	876	3.8	10.0	14.3	13.6	17.2	10.6	8.4	21.9	0.1

イ 事業所実態調査

		サンプル数	業種別構成比 (%)								
			製造業	建設業	卸売・小売業	運輸業	サービス業	情報通信業	金融・保険業	その他	無回答
全 体		988	19.0	14.1	18.4	10.8	20.4	2.6	3.8	8.8	1.9
従業員数	10人以下	75	10.7	22.7	18.7	4.0	29.3	2.7	1.3	9.3	1.3
	11～30人	453	17.0	16.3	21.9	8.2	19.0	2.4	5.1	8.2	2.0
	31～100人	324	21.9	12.3	14.8	14.8	20.7	2.2	3.4	8.0	1.9
	100人超	133	24.1	6.0	15.8	14.3	20.3	4.5	2.3	12.8	0.0
事業所の形態	本社（他に支店等なし）	382	22.8	16.8	15.2	14.4	18.3	1.8	0.3	8.9	1.6
	本社（他に支店等あり）	350	16.0	16.0	24.9	7.7	21.4	2.6	0.9	9.1	1.4
	支店等	240	17.5	7.9	15.0	9.6	23.3	4.2	14.2	6.7	1.7
	その他	12	25.0	0.0	8.3	8.3	8.3	0.0	0.0	41.7	8.3

(4) 分析軸

ア 市民実態調査

分析軸	カテゴリー
性別	男女別
年代	<ul style="list-style-type: none"> ・ 15～39歳 ・ 40～64歳 ・ 65歳以上

イ 事業所実態調査

分析軸	カテゴリー
業 種	<ul style="list-style-type: none"> ・ 製造業 ・ 建設業 ・ 卸売・小売業 ・ 運輸業 ・ サービス業 ・ 情報通信業 ・ 金融・保険業 ・ その他
従業員規模	<ul style="list-style-type: none"> ・ 10人以下 ・ 11～30人 ・ 31～100人 ・ 100人超
事業所形態	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本社（他に支店等なし） ・ 本社（他に支店等あり） ・ 支店等 ・ その他

3 調査体制

調査主体 北九州市総務市民局情報政策室

調査協力 北九州商工会議所

調査機関 株式会社 北九州経済研究所

第2章 調査結果

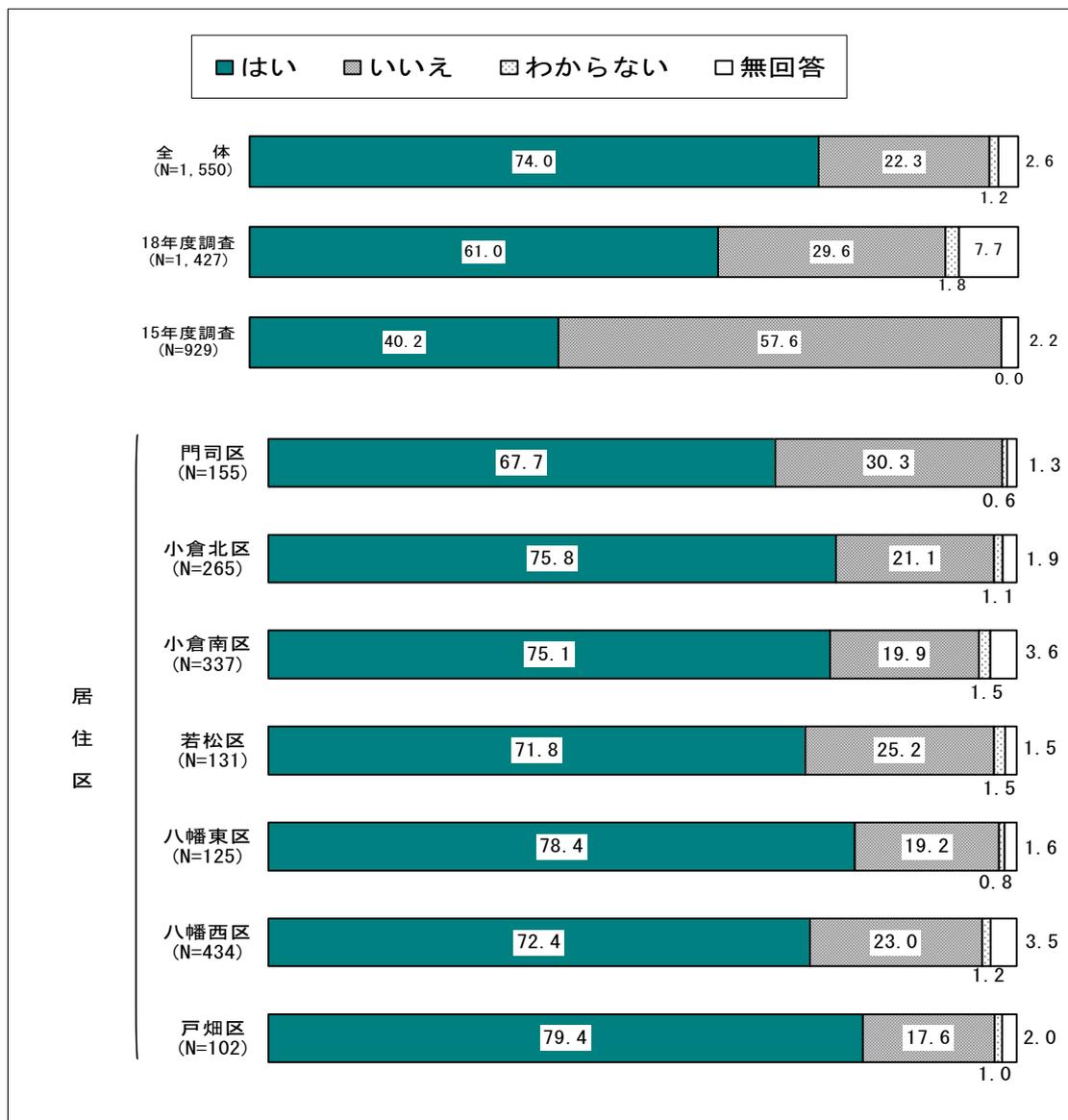
1 市民の情報化実態

(1) 世帯の情報化実態

ア 世帯のインターネット利用率

- 世帯のインターネット利用率は74.0%と7割を超えている。
- 前回調査の61.0%から13.0ポイント上昇しており、インターネットの普及が着実に進んでいることがうかがえる。
- しかし、調査対象が異なることから厳密な比較はできないものの、国の調査によるインターネット利用率91.1%を大きく下回る結果となっている。(注1)

図1-1 世帯のインターネット利用率



(注1) 出展：総務省「平成20年通信利用動向調査」

対象は、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人

なお、本報告書作成時点では平成21年調査による世帯のインターネット普及率は未公表である

イ 世帯の情報通信機器保有・利用状況

- 情報通信機器で最も保有率が高いのは「携帯電話・PHS」の74.8%で、次に高いのが「パソコン」の59.9%となっている。
- スマートフォンを含めた、「携帯電話の保有率」は75.0%になる。
- 前回調査と比べると、最も大きな伸びを示しているのは「ETC」(+29.1ポイント)で、次いで「カーナビゲーションシステム」(+12.5ポイント)、「パソコン」(+5.0ポイント)、「IP電話」(+4.4ポイント)などが伸びている。
- なお、調査対象が異なることから厳密な比較はできないものの、国の「平成21年通信利用動向調査(概要版)」の「携帯電話の保有率」96.3%、「パソコン保有率」87.2%を大幅に下回っている。

図1-2 世帯の情報通信機器保有状況

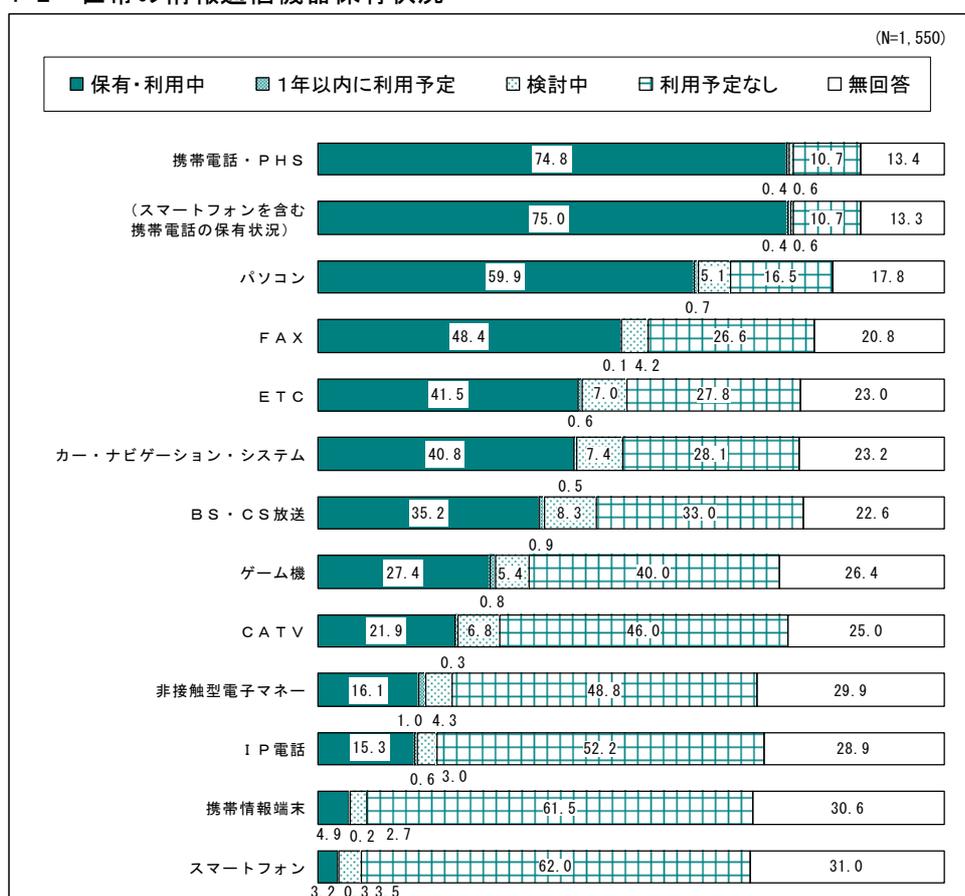


表1-1 世帯の情報通信機器保有状況(前回比較)

	今回調査 (N=1,550)	平成18年度調査 (N=1,427)
携帯電話・PHS	74.8	75.2
パソコン	59.9	54.9
FAX	48.4	45.3
ETC	41.5	12.4
カーナビゲーションシステム	40.8	28.3
BS・CS放送	35.2	32.7
ゲーム機	27.4	29.6
CATV	21.9	20.7
非接触型電子マネー	16.1	—
IP電話	15.3	10.9
携帯情報端末	4.9	7.5
スマートフォン	3.2	—

ウ 世帯の情報通信機器利用状況

- 世帯あたりの情報通信利用料金の平均は 22,868 円で、中でも「携帯電話・PHS」が最も高く、12,581 円となっている。

表 1-2 1ヶ月あたりの情報通信料(世帯平均額) (円)

	固定電話	携帯電話 PHS	インターネット料	放送	合計
世帯平均額	3,314	12,581	3,355	3,618	22,868

表 1-3 携帯電話・PHSの利用料金(保有世帯平均)

世帯人員	保有世帯の 平均保有台数 a (台)	平均利用料金 b (円)	1台当り利用料金 a/b (円/台)
1人	1.0	5,627	5,627
2人	1.7	7,524	4,426
3人	2.4	13,379	5,575
4人	3.0	18,266	6,089
5人以上	3.6	23,209	6,447
全体	2.3	12,581	5,470

(2) 個人のインターネット利用状況

ア インターネットの利用率と利用人口

- 15歳以上のインターネット利用率(注1)は、61.5%となっており、前回調査(55.3%)より6.2ポイント、前々回調査(44.9%)より16.6ポイント上昇している。
- 15歳以上のインターネット利用人口を推計すると、約52万4千人であり、前回調査と比べて5万人増加している。
- 年代別でみると、前回調査に比べて各年代とも利用率が上昇しているが、最も伸びが大きいのが50歳代で、14.7ポイント上昇している。次いで20歳代が11.3ポイント上昇して9割を超え、60歳代が10.0ポイント上昇している。
- なお、調査対象が異なることから厳密な比較はできないが、国調査の全国平均(78.0%)に比べると16.5ポイント低い。(注2)

表 1-4 インターネットの利用率と利用人口

		今回調査			18年度		15年度	
		年齢別人口 H21.9.30	利用率 (%)	利用人口 (万人)	利用率 (%)	ネット人口 (万人)	利用率 (%)	ネット人口 (万人)
年代別	15～19歳	46,024	94.5	4.4	93.6	4.5	66.7	3.6
	20歳代	106,659	92.5	9.9	81.2	9.5	73.4	9.4
	30歳代	132,273	87.0	11.5	82.5	11.2	68.2	8.8
	40歳代	117,119	82.4	9.6	76.9	8.8	63.2	7.5
	50歳代	133,082	67.0	8.9	52.3	8.1	35.6	5.6
	60歳代	144,434	35.4	5.1	25.4	3.3	21.7	2.9
	70歳以上	172,095	17.4	3.0	13.3	2.1	7.0	1.0
合計	851,686	61.5	52.4	55.3	47.4	44.9	38.8	

(注1) インターネット利用率について

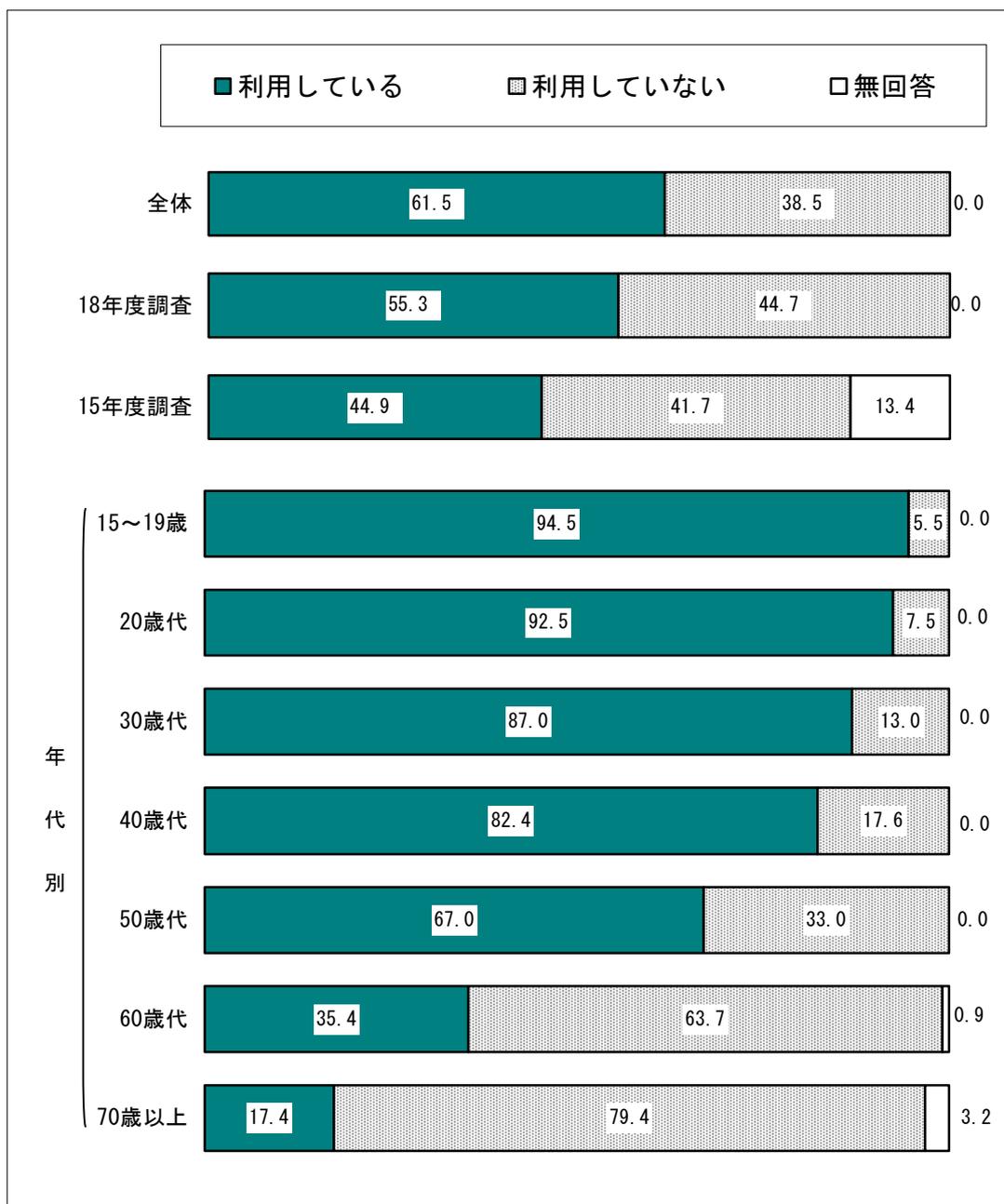
本市の情報化実態調査では、毎回、高齢層の調査票回収率が高く、若年層ほど回収率が低くなる傾向が見られるため、次の通り計算した割合をもってインターネット利用率としている。

$$\text{インターネット利用率(\%)} = \frac{\text{年代別のインターネット利用人口(推計値)の合計}}{\text{15歳以上の人口}} \times 100$$

(注2) 出展：総務省「平成21年通信利用動向調査(概要版)」

対象は、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人

図 1-3 インターネット利用状況



イ インターネットの利用環境

- インターネットの利用場所については、「自宅で利用」が 53.1%と半数を超えており、次いで「職場（学校）で利用」が 20.4%、「インターネットカフェなどで利用」が 2.1%となっている。
- 利用回線は、「光ファイバー」が 43.6%で最も多く、次いで「無線・携帯電話」31.8%、「ADSL」18.6%の順となっている。
- 前回調査と比べると、「光ファイバー」が大幅に伸び、「ADSL」は減少している。これらに「CATV」を加えたブロードバンド回線の割合は、72.9%と前回調査（67.6%）より 5.3 ポイント上昇しており、ブロードバンドの利用が進んでいるといえる。
- 国の「平成 21 年通信利用動向調査（概要版）」におけるブロードバンド利用率 76.8%をやや下回っている。
- 「無線・携帯電話（PHS 含む）」の利用は 31.8%で、前回調査から 3.5 ポイント上昇している。
- 自宅での利用端末は、「パソコン」が 81.9%、「携帯電話（PHS 含む）」が 45.3%となっている。

図 1-4 インターネット利用場所（複数回答）

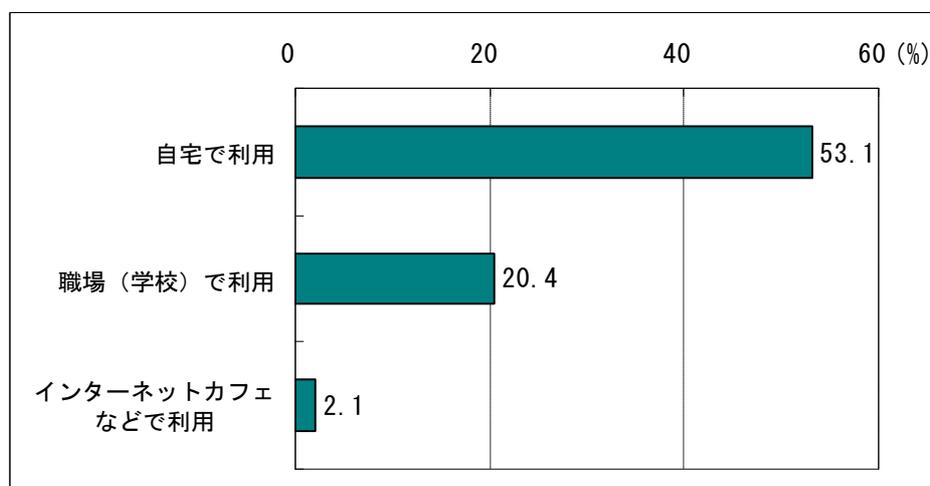


図 1-5 自宅での利用回線(複数回答)

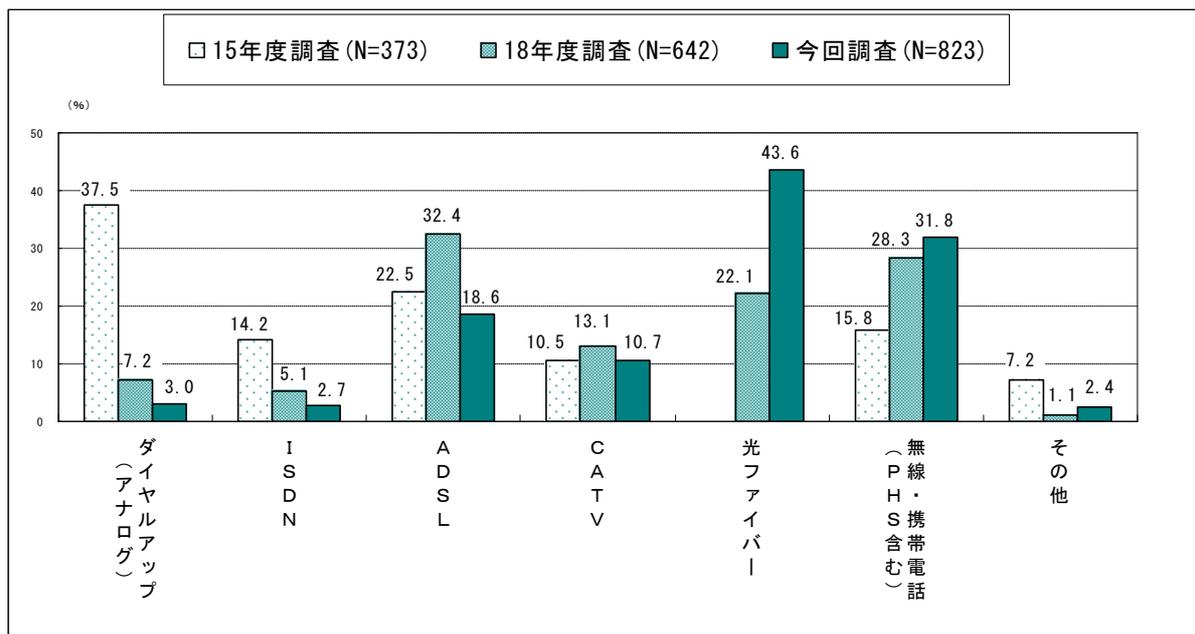
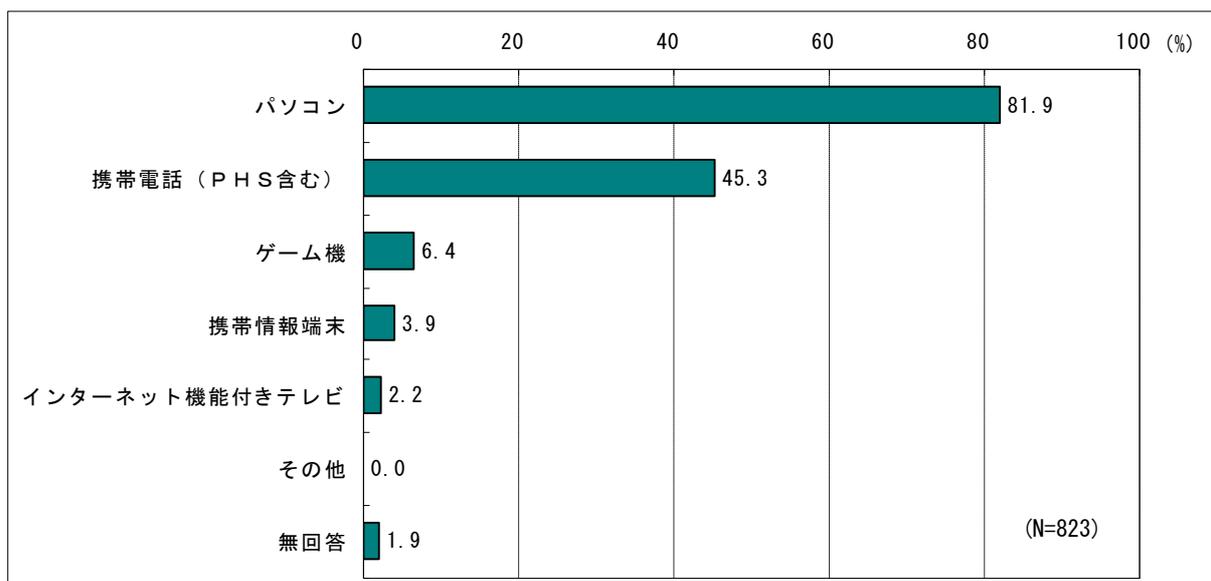


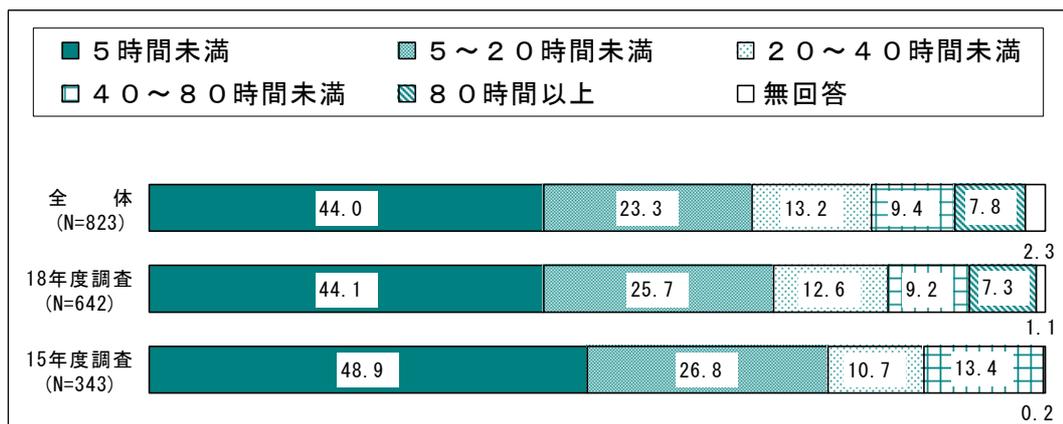
図 1-6 自宅での利用端末(複数回答)



ウ インターネットの利用時間

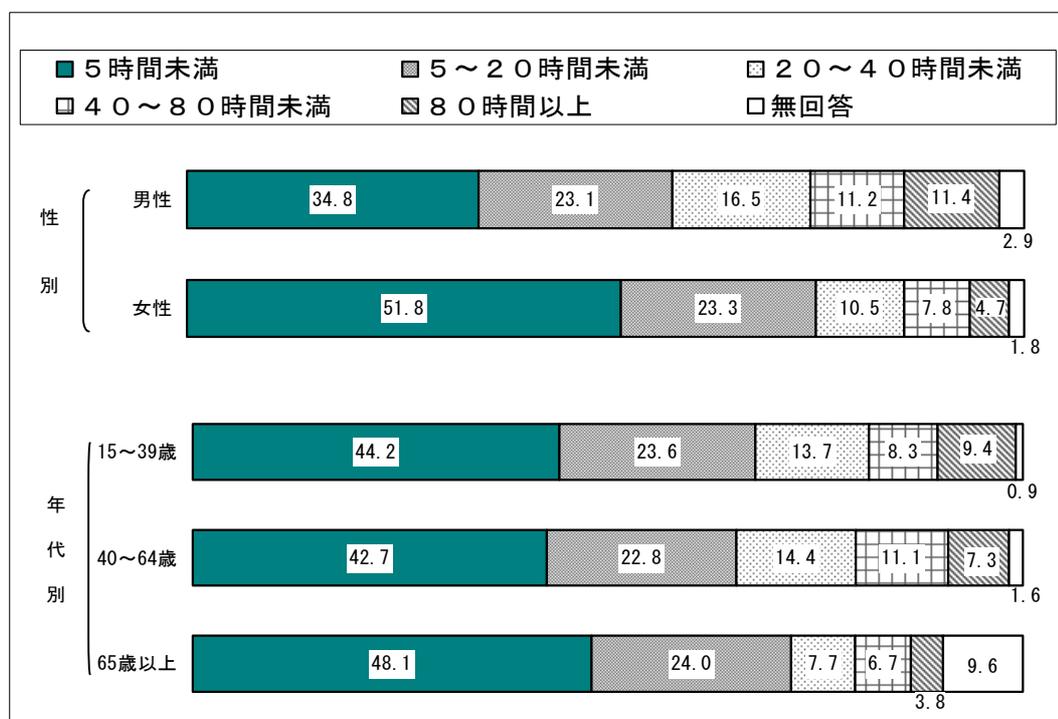
- 1ヶ月あたりの自宅でのインターネット利用時間については、「5時間未満」が44.0%と最も多く、次いで「5～20時間未満」の23.3%となっている。
- 前回調査、前々回調査と比較すると、「20～40時間未満」、「40時間～80時間未満」などの長時間利用が徐々に増加している。
- 男女別に見ると、男性の方が長時間利用の割合が高い傾向がある。

図 1-7-1 自宅での1ヶ月あたりのインターネット利用時間（全体）



*「80時間以上」の選択肢は18年度調査で初めて設定したため、15年度調査のグラフの「40～80時間未満」は、40時間以上の数値となっている。

図 1-7-2 自宅での1ヶ月あたりのインターネット利用時間（性別・年代別）



エ インターネットの用途

- インターネットの用途では、「趣味や生活関連情報の入手」が 69.2%で最も多く、次いで「電子メール」が 61.6%となっている。
- 前回調査と比較すると、「音楽・映像の視聴、ダウンロード」(17.5%⇒38.4%)、「オンラインショッピング」(25.2%⇒44.2%)の増加が目立っている。
- 男女別に見ると、「ビジネス情報の入手」「ソフトウェアのダウンロード」の比率は男性の方が大幅に高く、「クイズ・アンケートの応募」「ホームページやブログの運用」「音楽・映像の視聴、ダウンロード」は女性の方が比較的高い。
- 年代別に見ると、年代が若いほど比率が高くなっている項目が多いが、「電子申請、電子申告の利用」「オンライン株取引」は 65 歳以上が他の年代に比べ高くなっている。

図 1-8 インターネットの用途(全体、複数回答)

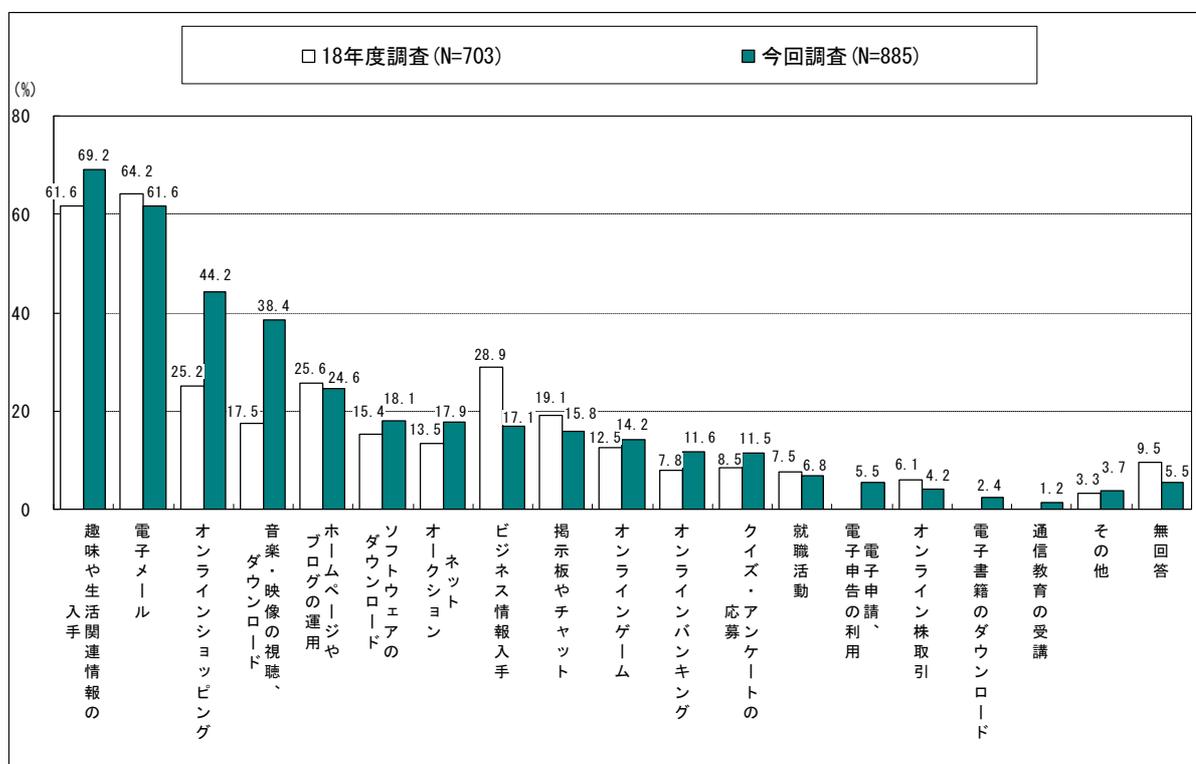


表 1-5 インターネットの用途(性別・年代別、複数回答)

	サンプル数	趣味や生活関連	電子メール	オンラインショッピング	音楽・映像の視聴、ダウンロード	ホームページやブログの運用	ソフトウェアのダウンロード	オークション	ビジネス情報の入手	掲示板やチャット	オンラインゲーム	オンラインバンキング	クイズ・アンケートの応募	就職活動	電子申請、電子申告の利用	オンライン株取引	電子書籍のダウンロード	通信教育の受講	その他	無回答	
		(単位: %)																			
全体	885	612	545	391	340	218	160	158	151	140	126	103	102	60	49	37	21	11	33	49	
性別																					
男性	413	69.5	65.4	43.3	37.0	23.2	25.2	20.1	25.9	18.2	14.5	13.6	9.9	5.6	7.5	7.3	1.9	1.2	2.2	5.1	
女性	471	68.8	58.4	45.0	39.5	25.9	11.9	15.9	9.3	13.8	14.0	10.0	13.0	7.9	3.8	1.5	2.8	1.3	5.1	5.9	
年代別																					
15~39歳	367	71.7	62.7	52.6	52.0	30.8	21.0	24.5	15.3	23.7	21.0	10.6	12.0	11.2	3.3	2.2	3.3	1.4	2.7	2.7	
40~64歳	412	72.3	64.3	43.0	32.3	20.9	17.2	15.3	19.4	11.9	10.0	13.8	12.4	4.1	6.1	5.3	1.5	1.2	2.9	3.9	
65歳以上	106	48.1	47.2	19.8	15.1	17.9	11.3	4.7	14.2	3.8	7.5	6.6	6.6	1.9	11.3	6.6	2.8	0.9	10.4	21.7	

オ 自宅でのインターネット利用者のセキュリティ対策

- インターネットにおけるセキュリティ対策については、必要と考えている層(「必要である」+「ある程度必要である」)が84.3%となっており、「必要性を感じない」はわずか1.7%である。
- セキュリティ対策の実施状況は、「不審なメールは開かない」50.1%、「ウイルスチェックソフトの導入」45.9%、「有害サイトなどは閲覧しない」36.9%、「プロバイダのウイルスチェックサービスの利用」34.9%など、何らかの対策を講じている利用者が多いが、「何も実施していない」利用者が11.3%となっている。
- 対策を実施していない理由としては、「対策方法がわからない」が37.6%と最も多い。

図 1-9 自宅でのインターネットセキュリティ対策に対する考え方

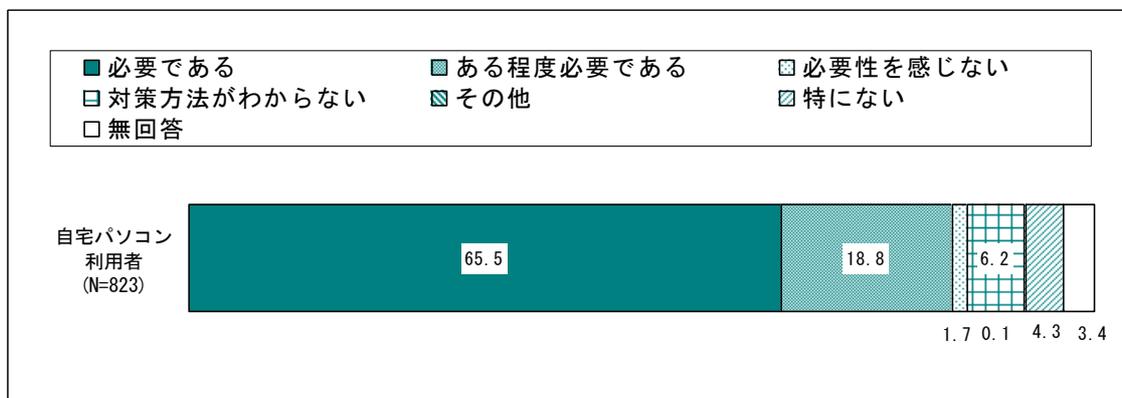


図 1-10 自宅でのインターネットセキュリティ対策 (複数回答)

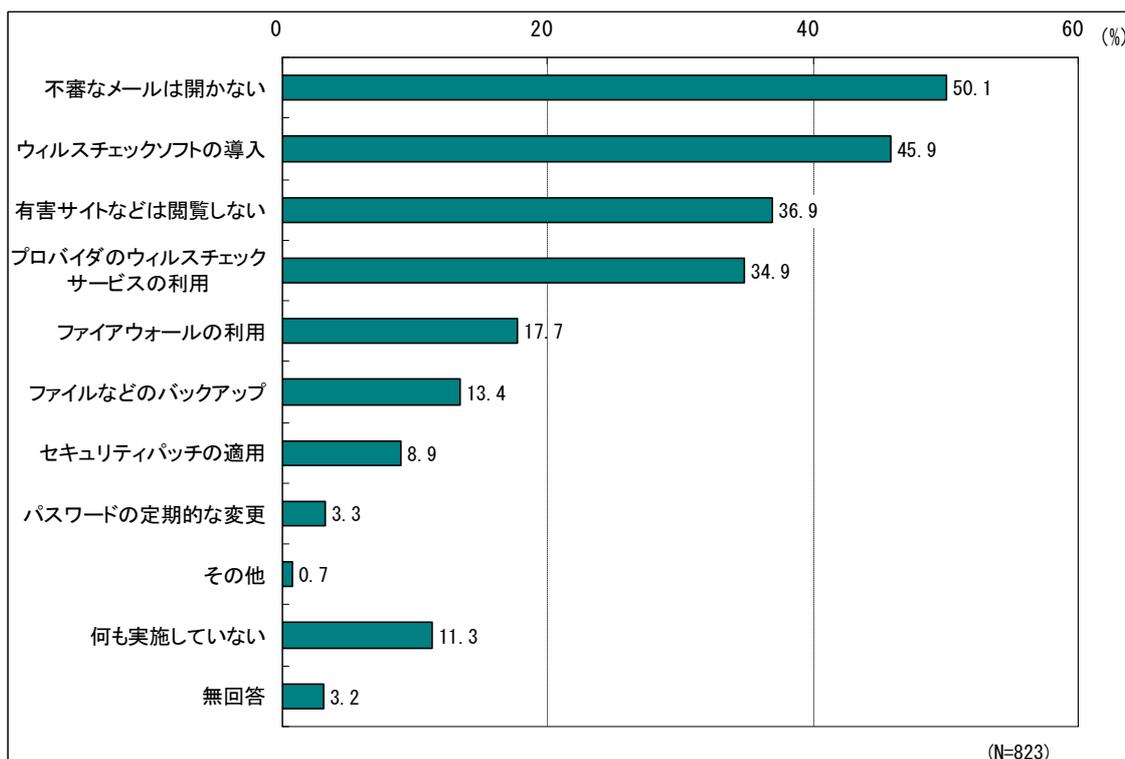
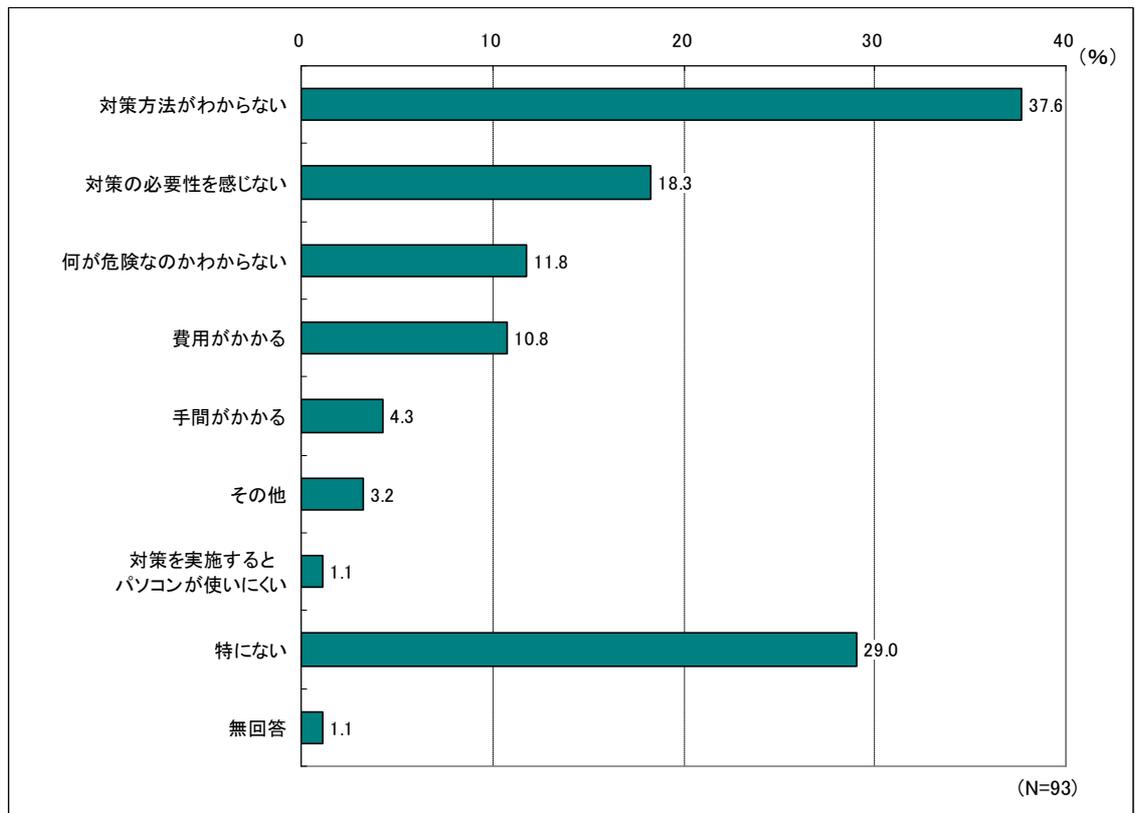


図 1-11 自宅でセキュリティ対策を実施しない理由（複数回答）



カ インターネットに対する不安・不満、被害状況

- インターネット利用者がインターネットを利用する際に感じる不安・不満は、「ウイルスなどの感染」(68.7%)、「プライバシー保護」(56.0%)、「情報流出の危険性」(38.5%)が多い。
- インターネットの利用で実際に被害を被った経験のある利用者は42.0%で、前回調査と比べて、2.7ポイント低下しており、被害の内容としては、「迷惑メール」の31.9%が最も多く、次いで「ウイルス感染」18.4%となっている。

図 1-12 インターネットを利用する際に感じる不安・不満（複数回答）

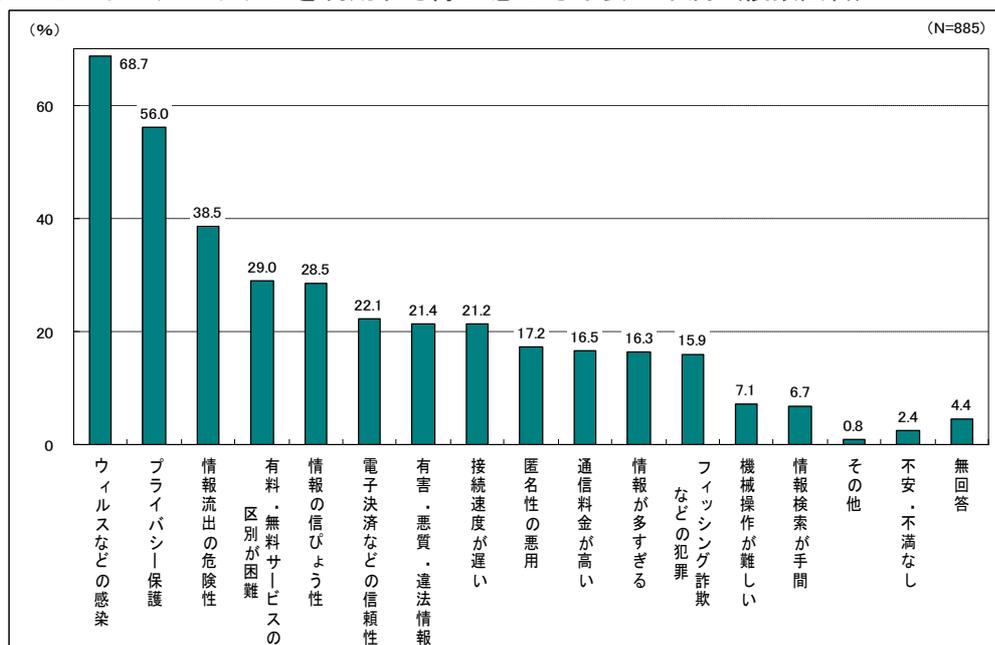


図 1-13-1 インターネット利用における被害経験

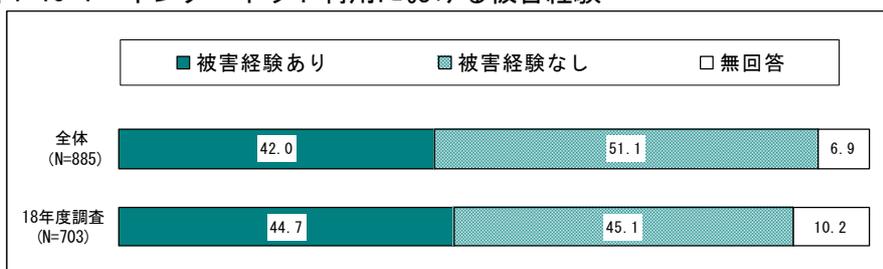
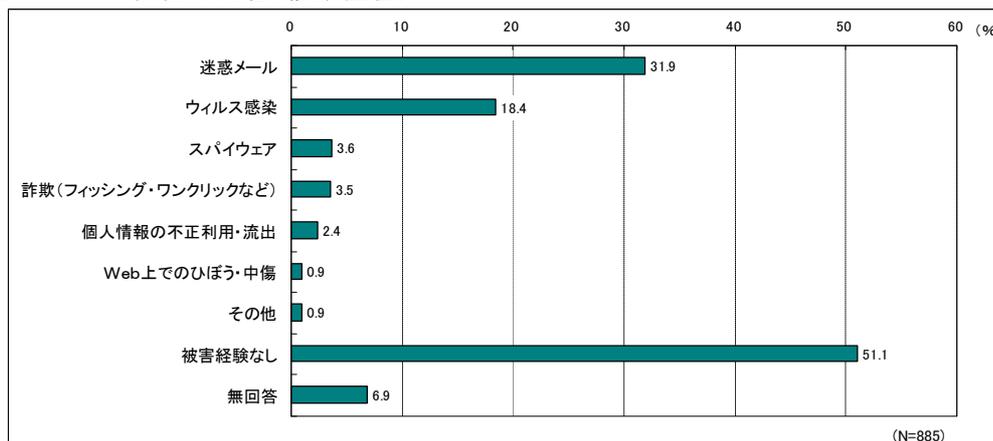


図 1-13-2 被害の内容（複数回答）



キ インターネット未利用者

- インターネット未利用者に利用しない理由を尋ねたところ、「特に必要性を感じない」という回答が 68.7%と突出して多かった。次いで、「パソコンなど機械の操作が困難」34.6%、「お金がかかりすぎる」21.4%などとなっている。
- インターネット未利用者の今後の利用意向については、「今後も利用するつもりはない」が 50.7%と約半数を占めている。ただし、年代別に見ると、若年層（15～39 歳）では 36.6%が「利用してみたい」と回答している。

図 1-14 インターネットを利用していない理由(複数回答)

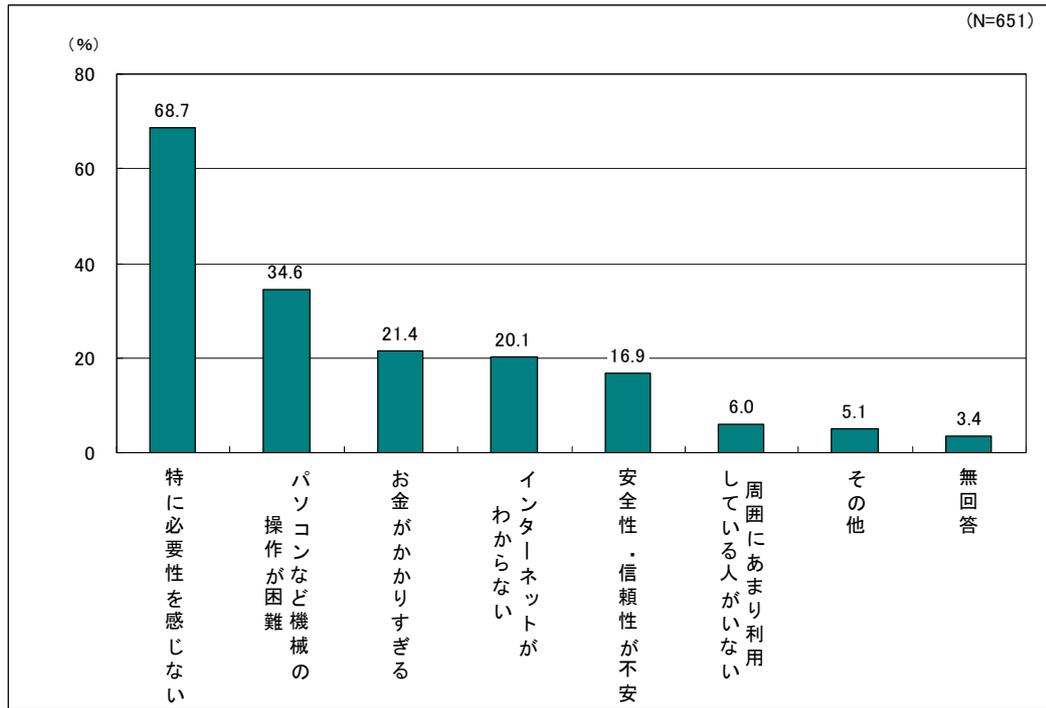
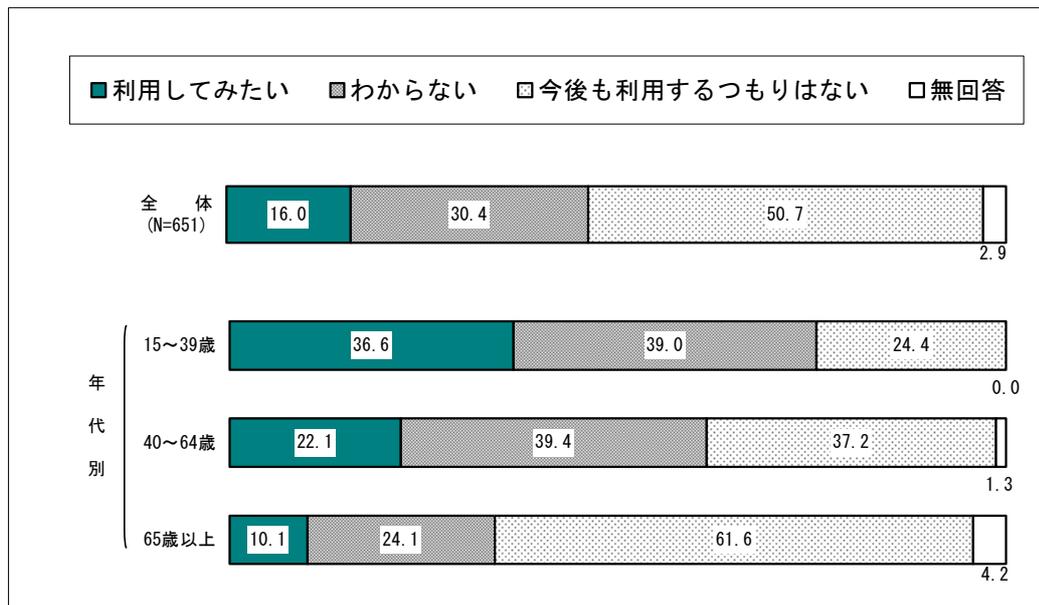


図 1-15 今後インターネットを利用してみたいと思うか



(3) 北九州市の情報化施策

- 今後の市の情報化施策で力を入れて欲しい分野は、「安全・安心な社会の実現」(42.1%)、「行政サービスの質の向上」(37.1%)、「行政コストの徹底した削減」(33.2%)が上位となっている。
- 地域の情報化を進めるために必要な施策は、「身近な場所でパソコンなどを利用できるようにする」(30.8%)、「情報受発信機能の充実」(26.3%)が上位となっている。

図 1-16 今後の情報化施策で力を入れて欲しい分野（複数回答）

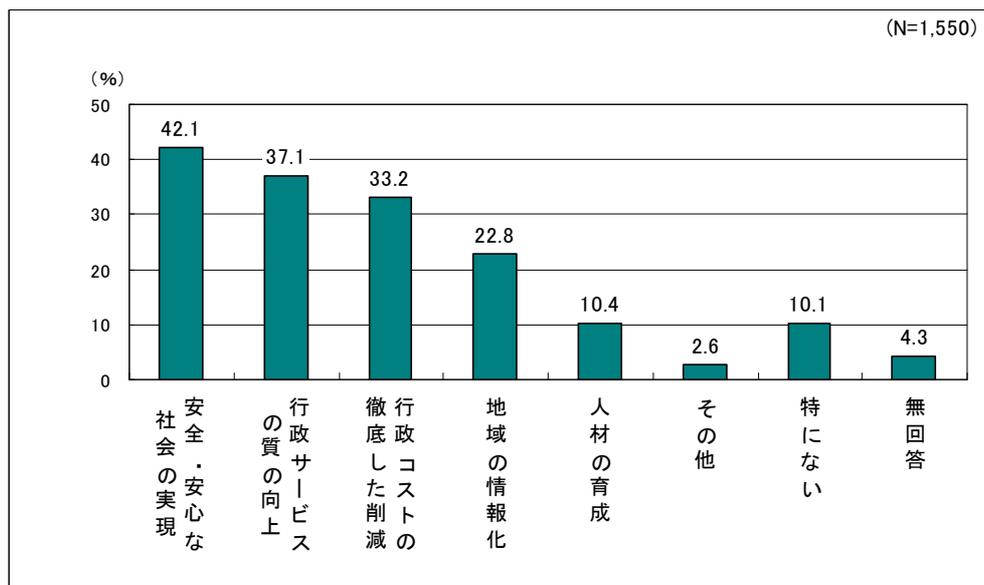
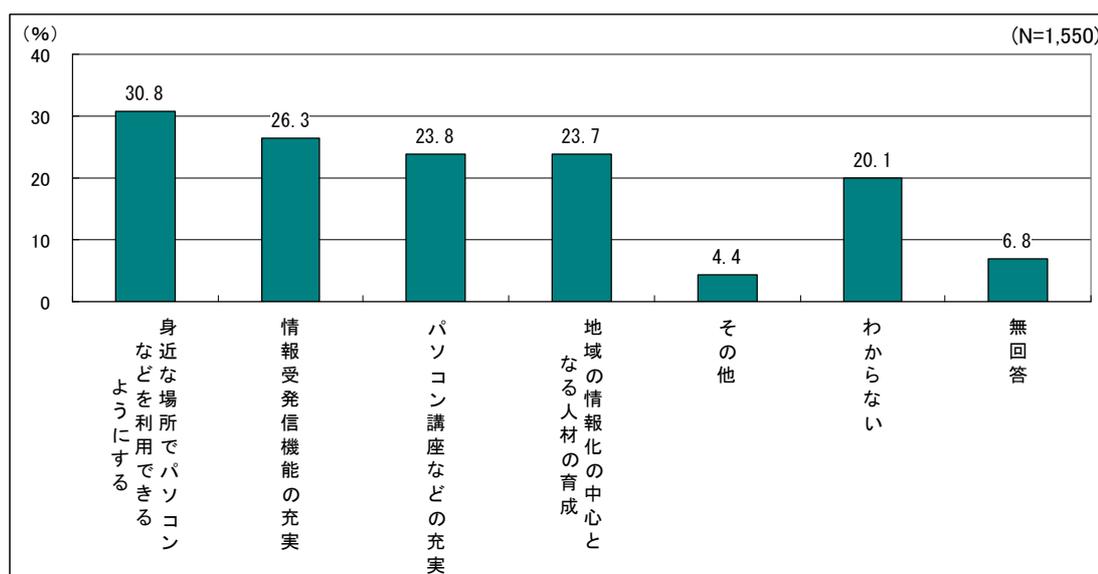


図 1-17 地域の情報化を進めるのに必要な施策（複数回答）



(4) 行政手続きにかかる電子申請

ア インターネットによる行政手続きの利用状況

- インターネットを利用した行政手続きの申請・届出については、利用した経験が「ある」という回答は6.2%で、「ない」が91.9%となっている。
- 利用経験者の感想は、「満足」と「どちらかといえば満足」の合計が44.8%に対し、「不満」と「どちらかといえば不満」の合計は26.1%となっている。

図 1-18 インターネットによる行政手続きの利用経験

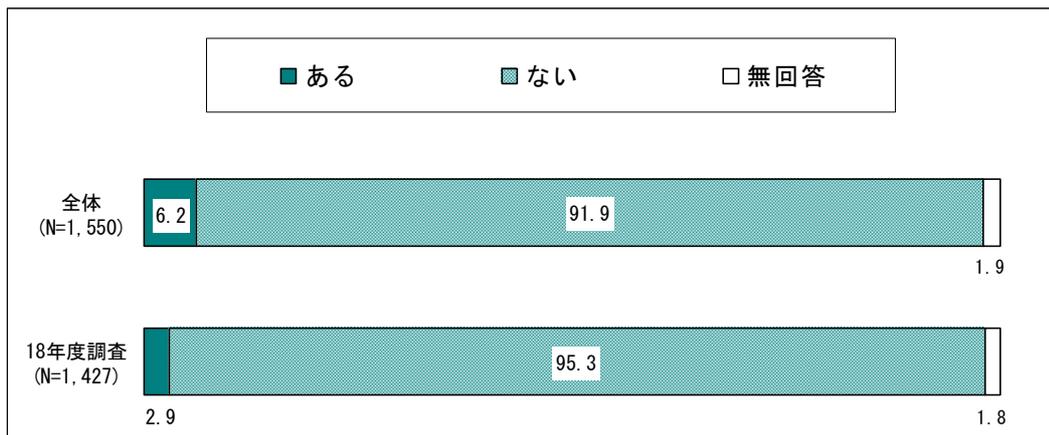
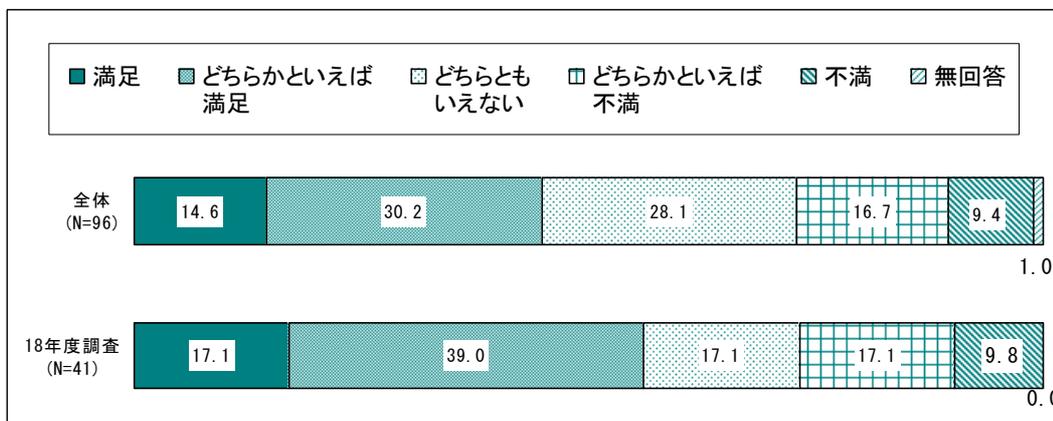


図 1-19 インターネットによる行政手続きの感想



イ インターネットによる行政手続の未経験者

- 利用しない理由では、「利用する機会がなかった」が40.7%で最も多く、次いで「インターネットを利用していない」(32.3%)、「どんな手続きに利用できるかわからない」(27.4%)、「インターネットでできることを知らなかった」(22.5%)の順となっている。
- 行政手続にインターネットが広く利用されるために必要なことについては、「24時間365日利用できる」(39.2%)、「セキュリティ対策の強化」33.1%、「手数料を割安にする」(32.5%)が上位となっている。

図 1-20 行政手続にインターネットを利用しない理由(複数回答)

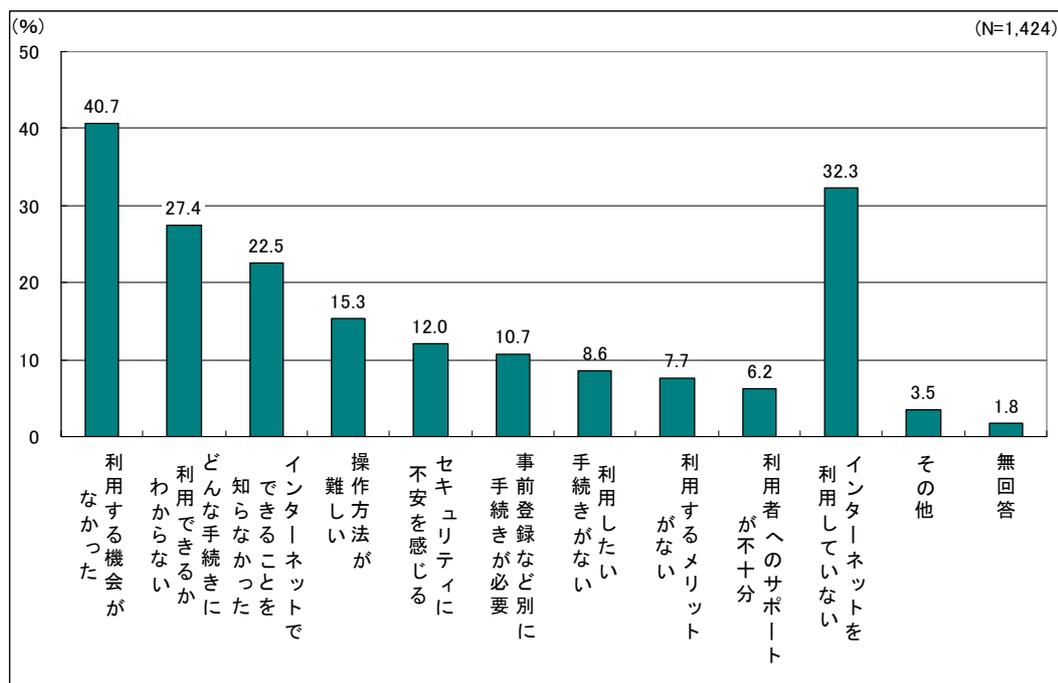
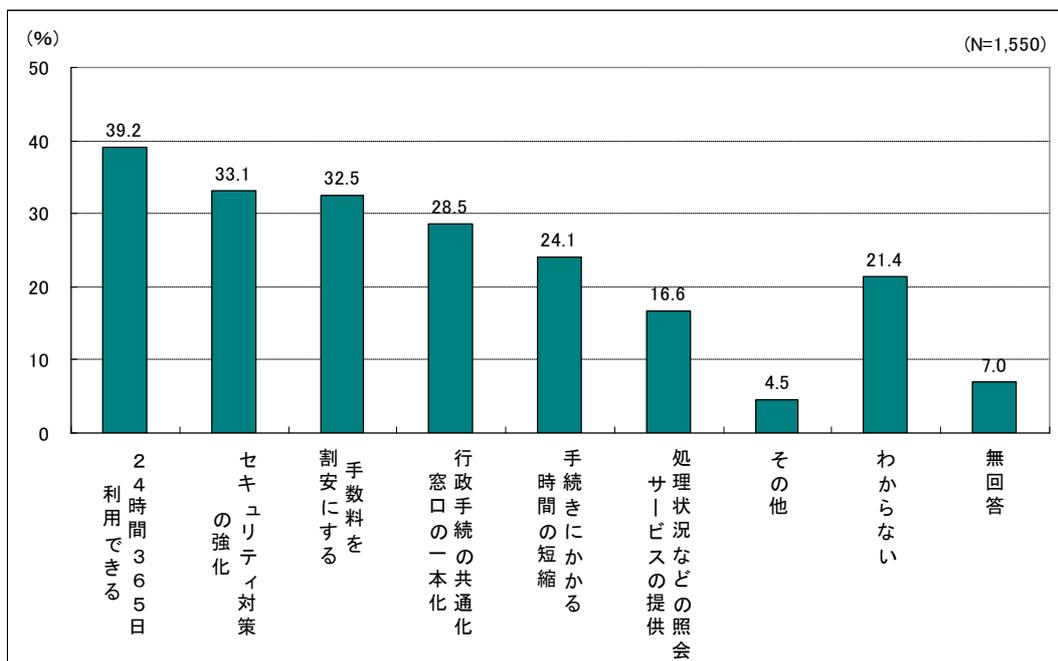


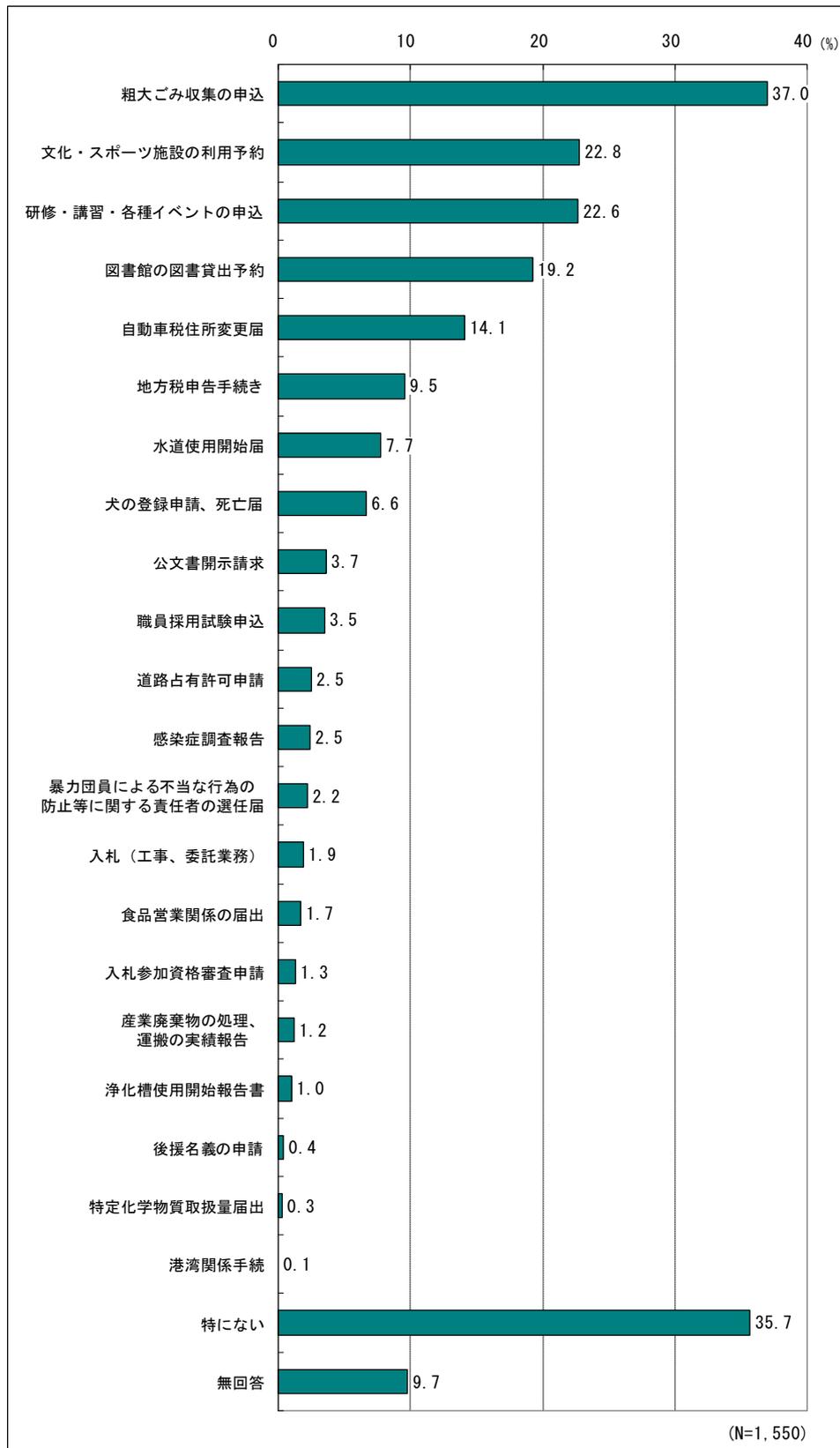
図 1-21 行政手続にインターネットが広く利用されるために必要なこと(複数回答)



ウ 今後利用してみたいインターネットによる行政手続

- 今後行政手続きにインターネットを利用したいものは、「粗大ごみ収集の申込」が37.0%で最も多く、次いで「文化・スポーツ施設の利用予約」(22.8%)、「研修・講習・各種イベントの申込」(22.6%) などとなっている。

図 1-22 今後インターネット利用したい行政手続(複数回答)



(5) 地上デジタルテレビ放送

ア 地上デジタルテレビ放送の認知度

- 地上デジタルテレビ放送を「知っている」という回答は96.1%を占め、「知らない」は2.3%となっている。
- 国が平成21年9月に実施した「地上デジタルテレビ放送に関する浸透度調査」によると、地上デジタルテレビ放送の認知度は97.4%であり、ほぼ同水準になっている。
- アナログ放送が2011年7月に終了することについては、終了時期も含めて知っている人が88.6%を占めている。
- 「放送終了は知っているが、終了時期は知らなかった」人の8.1%と合わせると、アナログ放送終了の認知度は96.7%となり、国の調査による認知度98.0%とほぼ同水準と言える。
- アナログ放送が視聴できなくなることや、地上デジタルテレビ放送について、どこで知ったか尋ねたところ、「テレビやラジオ」が91.2%と圧倒的に多く、次いで「新聞や雑誌」46.3%、「家電販売店」20.9%などとなっている。

図 1-23 「地上デジタルテレビ放送」を知っているか



図 1-24 アナログ放送が2011年7月に終了することを知っているか

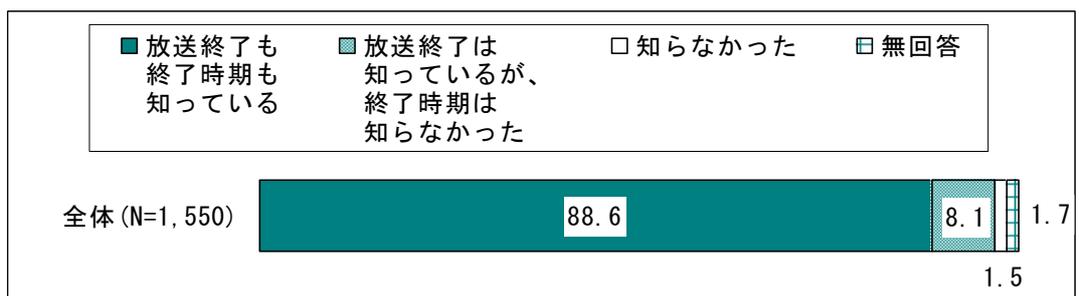
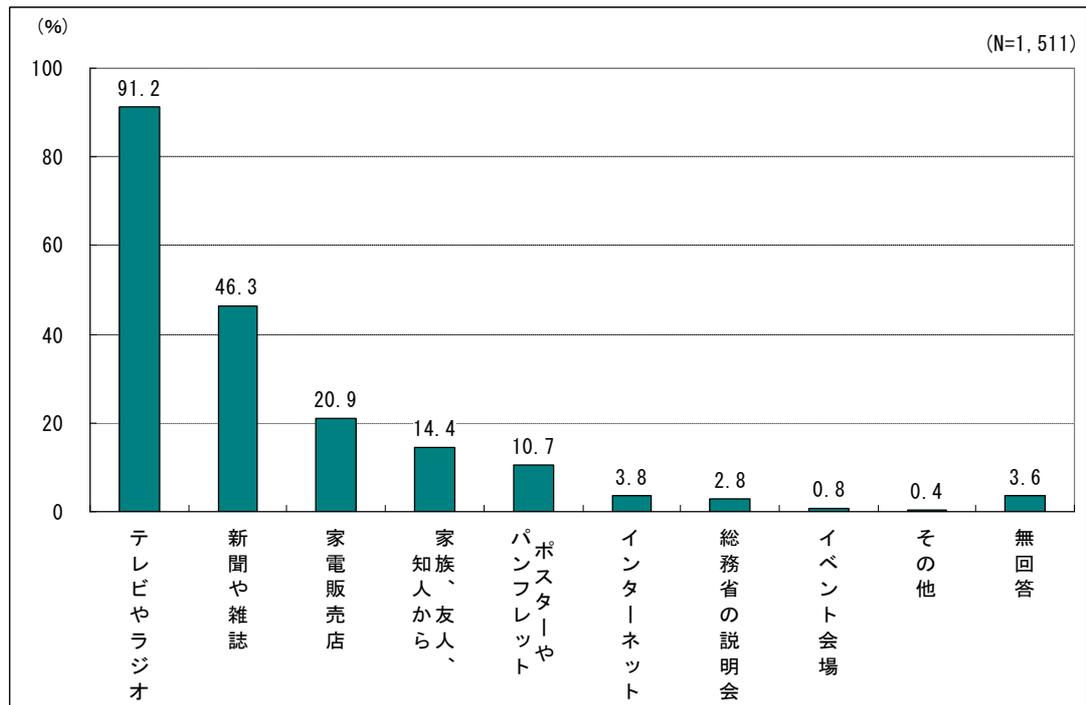


図 1-25 アナログ放送が視聴できなくなることや、「地上デジタルテレビ放送」について、どこで知ったか（複数回答）



イ 地上デジタルテレビ放送の視聴

- 地上デジタルテレビ放送を「視聴している」という回答は63.5%と6割を超えている。
- 国が平成21年9月に実施した「地上デジタルテレビ放送に関する浸透度調査」によると、地上デジタルテレビ放送を視聴可能な世帯は60.7%であり、全国平均をやや上回っている。
- 地上デジタルテレビ放送の視聴方法については、「地上デジタルテレビ放送対応テレビ」が85.7%と圧倒的に多く、次いで「ケーブルテレビ」18.4%、「地上デジタルテレビ放送対応録画機」12.0%などとなっている。
- 地上デジタルテレビ放送を視聴していない理由は、「地上デジタルテレビ放送対応のテレビやチューナーを持っていない」が73.5%で最も多く、次いで「アンテナが地上デジタルテレビ放送に対応していない」14.2%、「何をしたらよいかわからない」7.9%などとなっている。

図 1-26 「地上デジタルテレビ放送」を視聴しているか



図 1-27 地上デジタルテレビ放送の視聴方法（複数回答）

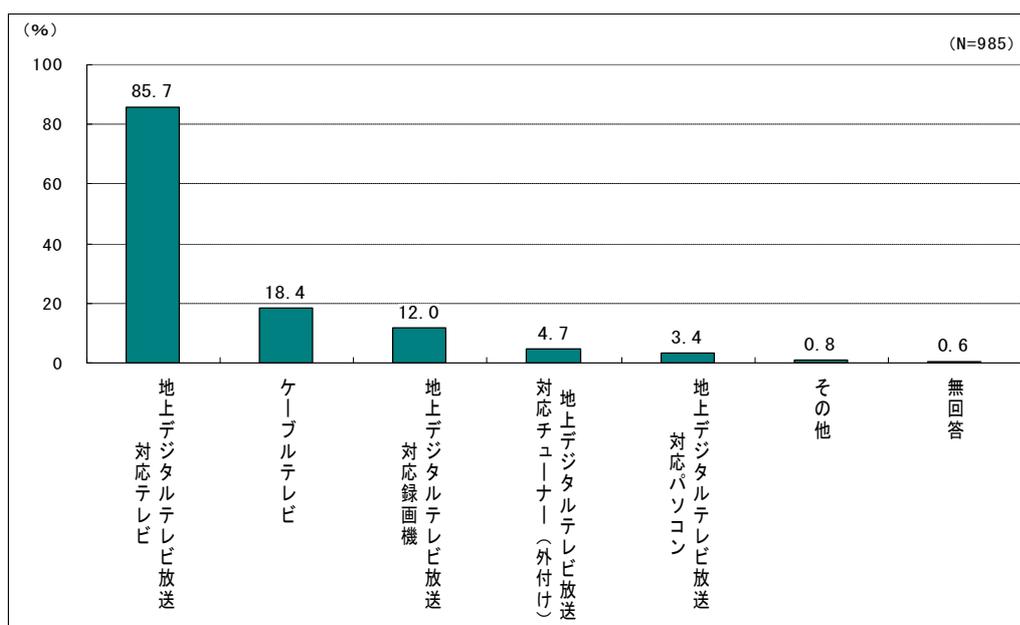
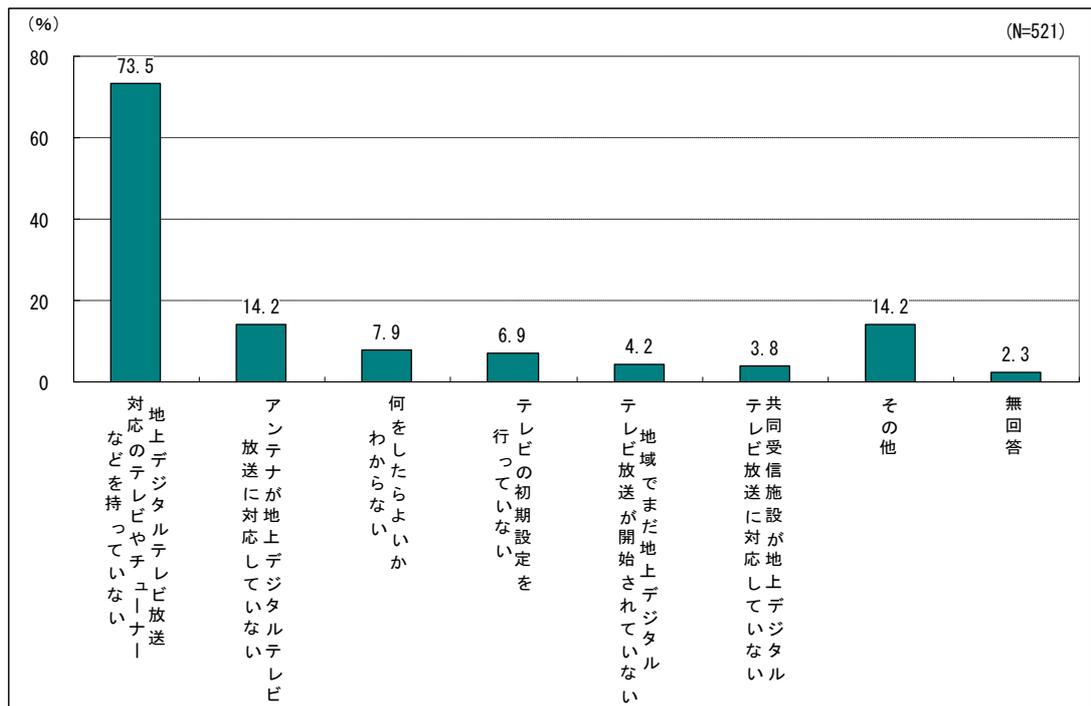


図 1-28 「地上デジタルテレビ放送」を視聴していない理由（複数回答）



(6) 今後の情報化に対する考え方

ア 利用したい新しいサービス

- 今後のサービスに対しては、「ビデオ・オン・デマンド」(51.0%)と「病院に行かなくても画面を通じて医師に相談ができる」(41.5%)に対する期待が特に高い。
- 年代別に見ても、全ての年代で「ビデオ・オン・デマンド」が最も多いが、65歳以上では「病院に行かなくても画面を通じて医師に相談できる」への期待がほぼ同程度に高くなっている。

図 1-29 利用したい新しいサービス(全体、複数回答)

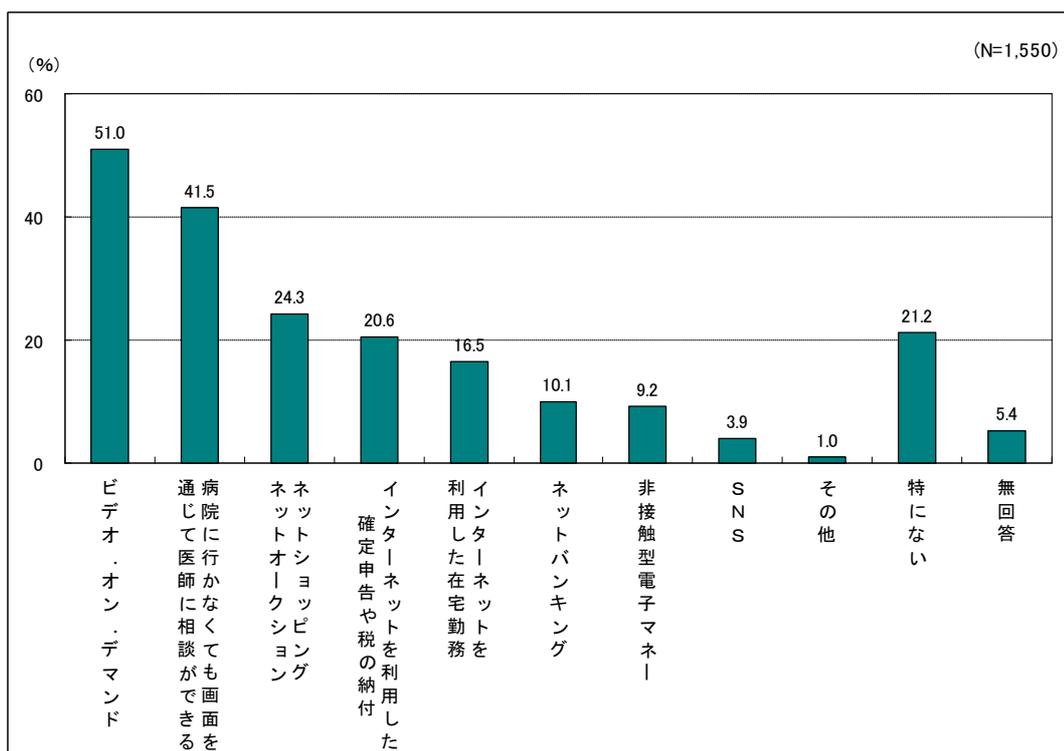


表 1-6 利用したい新しいサービス (性別、年代別、複数回答)

(単位: %)	サンプル数	ビデオ・オン・デマンド	病院に行かなくても画面を通じて医師に相談ができる	ネットショッピング	インターネットを利用した確定申告や税の納付	インターネットを利用した在宅勤務	ネットバンキング	非接触型電子マネー	SNS	その他	特にない	無回答
		790	644	376	319	256	156	143	61	15	329	83
全体	1,550	51.0	41.5	24.3	20.6	16.5	10.1	9.2	3.9	1.0	21.2	5.4
性別												
男性	673	53.8	42.1	28.8	25.0	16.3	12.5	9.4	5.3	1.2	19.6	4.3
女性	876	48.9	41.1	20.8	17.2	16.7	8.2	9.1	2.9	0.8	22.5	6.2
年代別												
15~39歳	408	66.7	42.2	43.6	27.2	31.1	16.7	18.9	9.1	1.0	7.6	1.5
40~64歳	644	53.0	46.9	26.1	22.8	17.7	12.3	8.9	3.3	0.6	18.2	3.7
65歳以上	497	35.6	34.2	6.0	12.3	3.0	1.8	1.8	0.6	1.4	36.2	10.7

イ 今後の社会の変化

- 情報化による今後の社会の変化については、生活が「便利になる」(69.9%)、社会の変化が「速くなる」(63.2%)との回答が多い。また、所得の格差が「拡大する」(47.2%)、人と人のつながりが「より疎遠になる」(59.0%)と感じている人が多い。
- 前回調査と比較すると、生活が「便利になる」が6.1ポイント、社会の変化が「速くなる」が1.5ポイント上昇し、所得の格差が「拡大する」は5.8ポイント低下している。

図 1-30 今後の社会変化—生活の便利さ

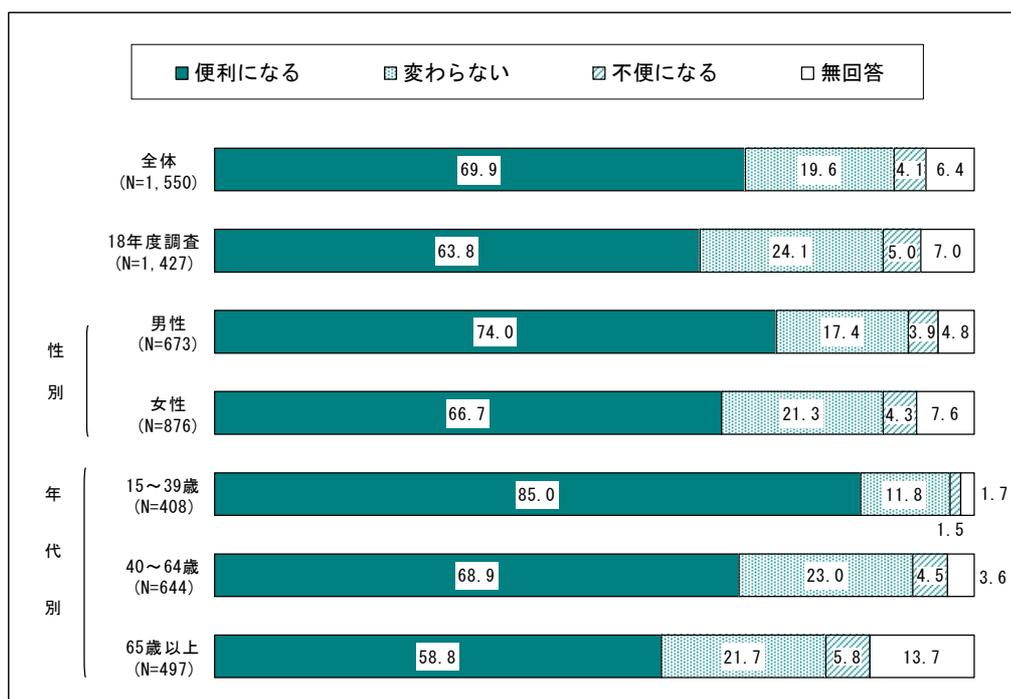


図 1-31 今後の社会変化—社会の変化

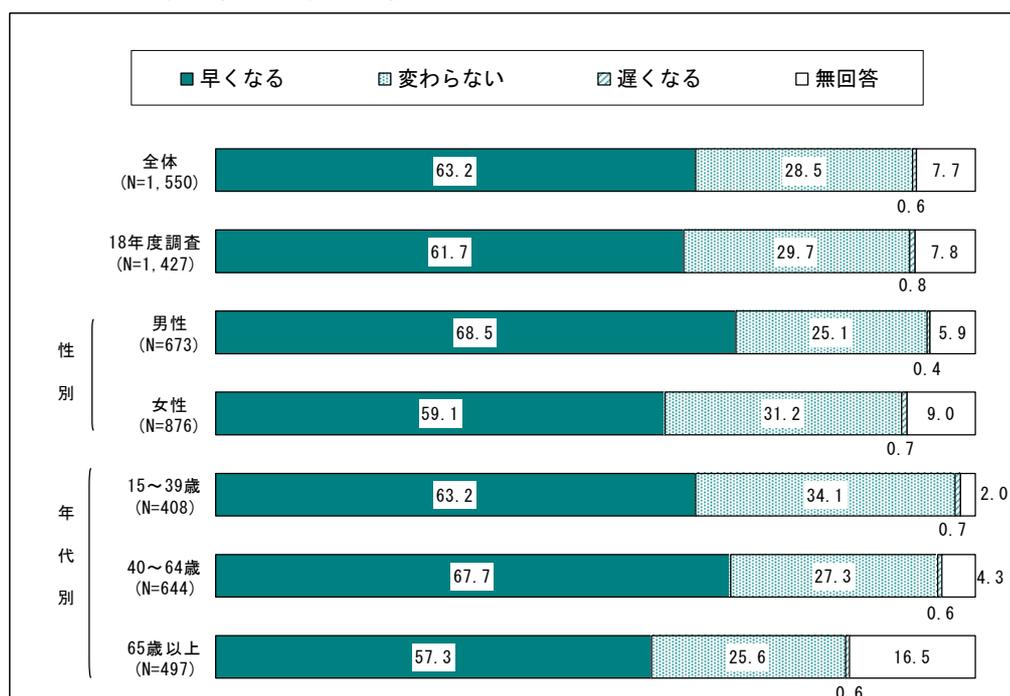


図 1-32 今後の社会変化—所得の格差

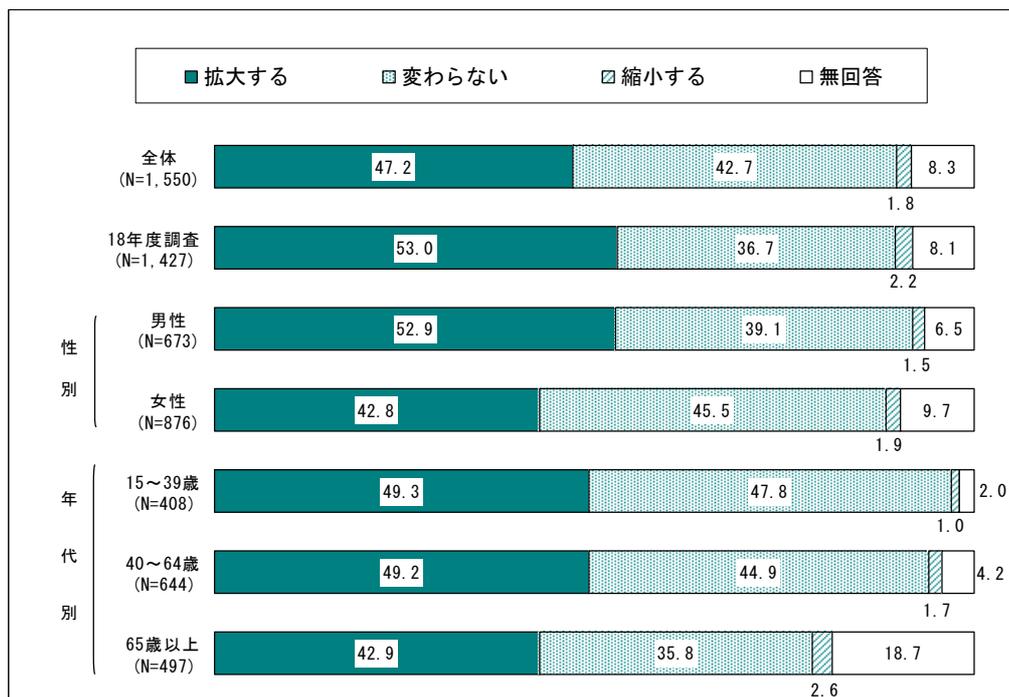
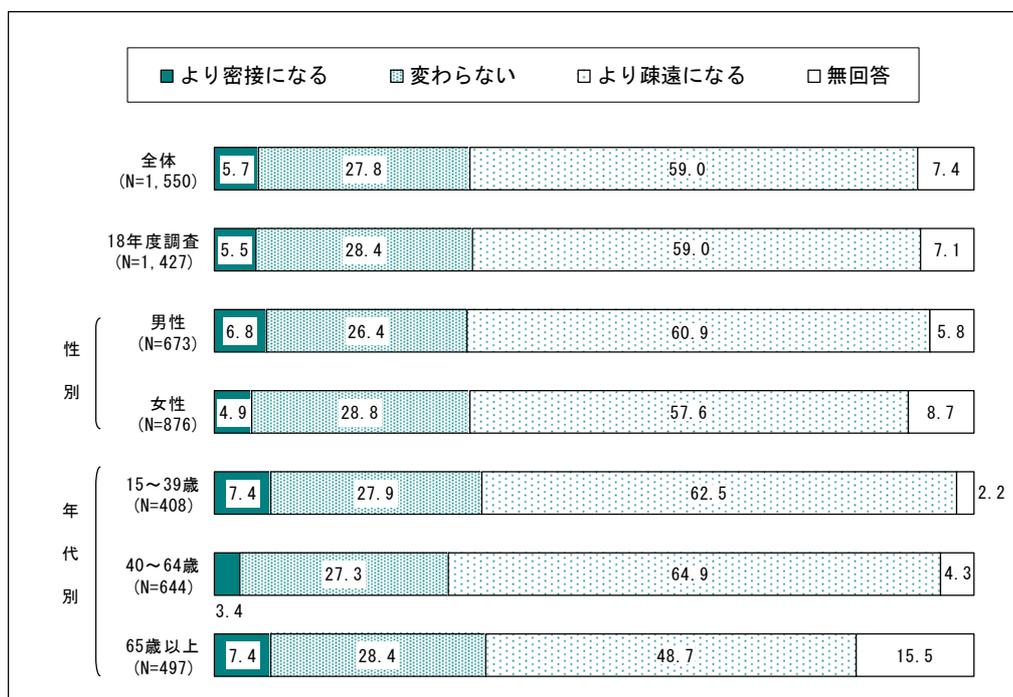


図 1-33 今後の社会変化—人と人とのつながり



2 企業（事業所）の情報化実態

(1) 情報通信機器の活用状況

- パソコンを保有している事業所は99.2%で、前回調査を5.7ポイント上回っている。
- 携帯電話・PHSを保有している事業所は85.7%となっているが、携帯情報端末については16.6%にとどまっている。

図 2-1 情報通信機器の保有状況（全体）

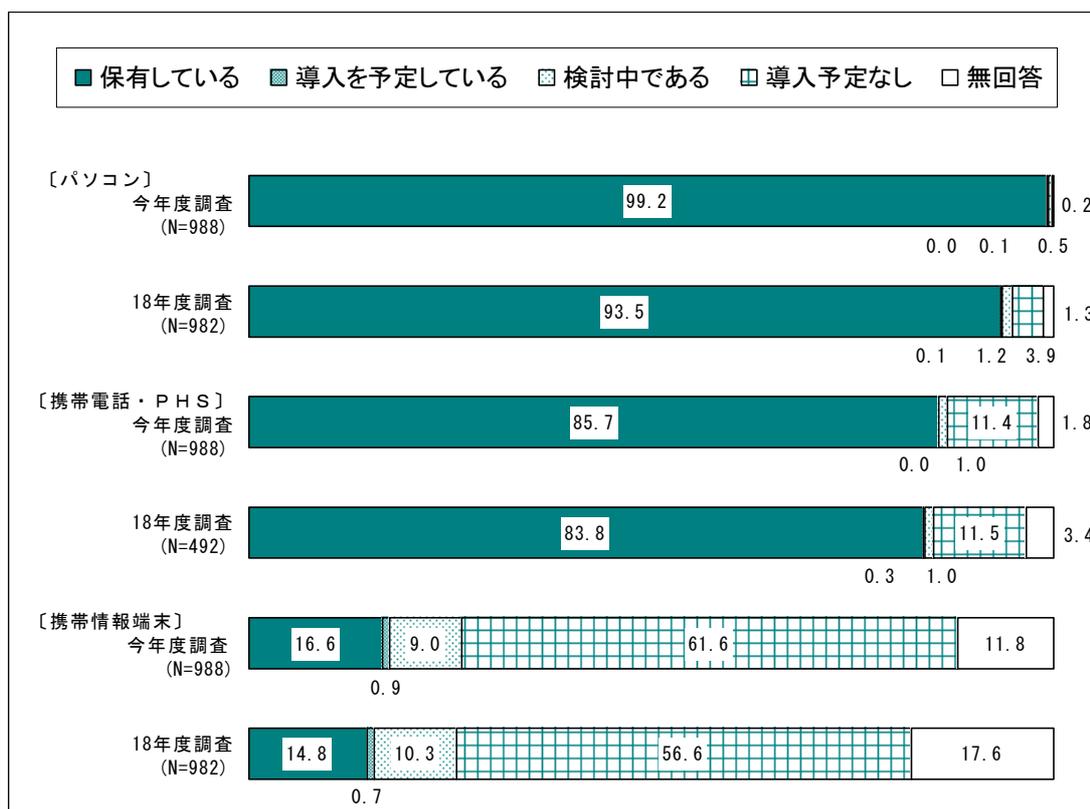
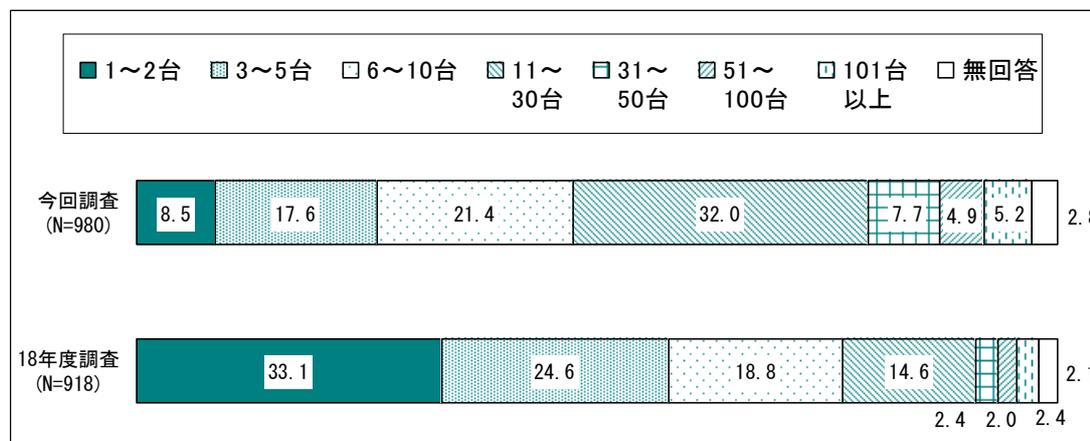


図 2-2-1 パソコンの保有台数（全体）



※前回調査との差が大きいが、今回調査の集計の結果、前回と比べ小規模な企業の回答が減少したことの影響もうかがえる（次頁以降も同様）。

図 2-2-2 パソコンの保有台数（従業員規模別）

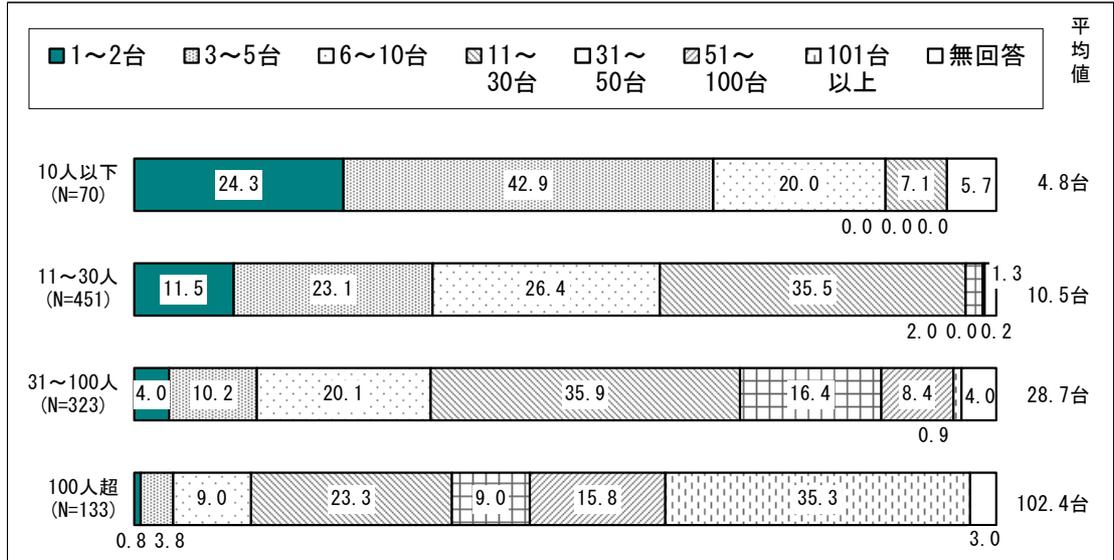
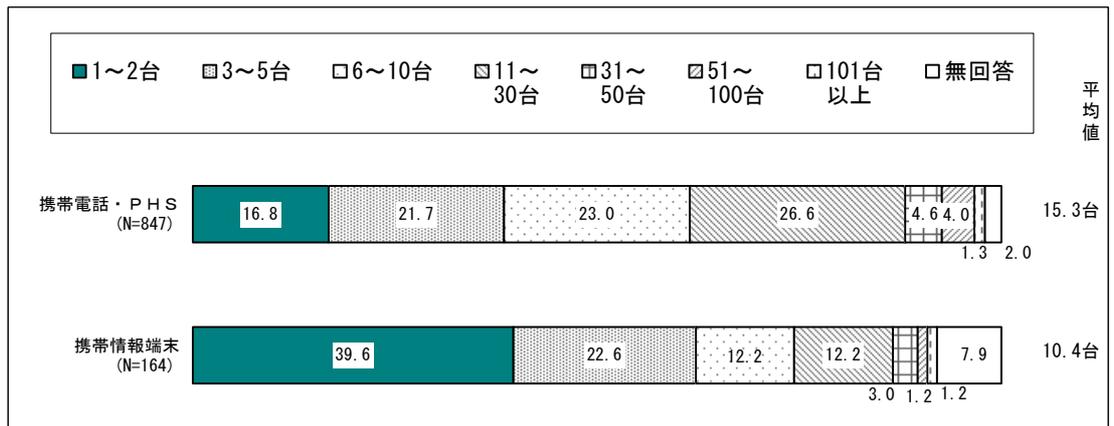


図 2-2-3 情報通信機器の保有台数（全体）



(2) 社内ネットワークの活用状況

ア サーバの保有状況

- サーバを保有している事業所は 61.4% となっており、前回調査より 17.8 ポイント上昇している。
- 業種別に見ると、情報通信業の 84.6% が最も高く、次いで製造業（68.1%）、卸売・小売業（64.8%）が続いており、運輸業（41.1%）が最も低い。
- 従業員規模別に見ると、10 人以下の事業所では 41.3% と低いが、31 人以上の従業員規模では 7 割を超えており、事業所においてサーバの設置によるネットワークの活用が一般化してきている。

図 2-3-1 サーバの保有状況（全体）

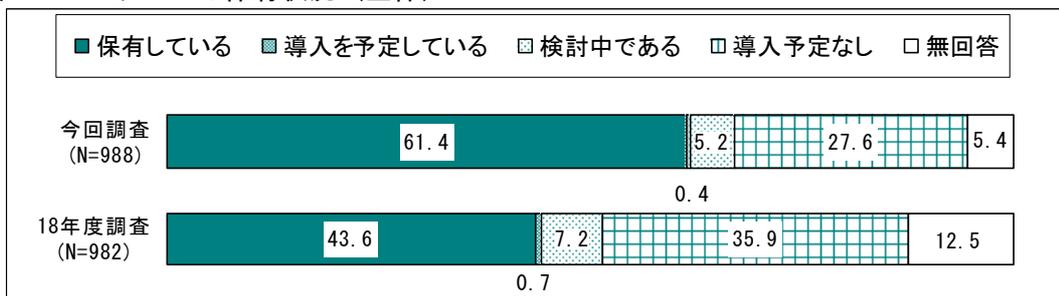


図 2-3-2 サーバの保有状況（業種別）

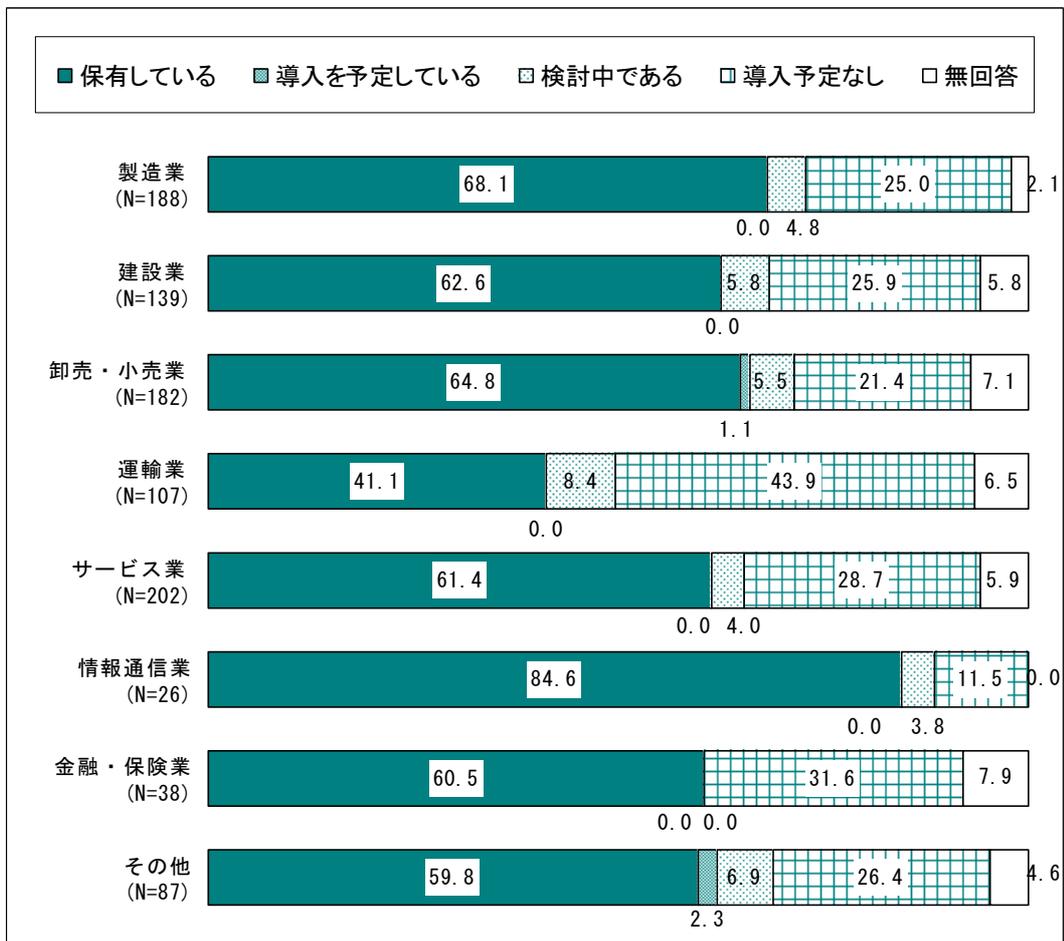


図 2-3-3 サーバの保有状況（従業員規模別）

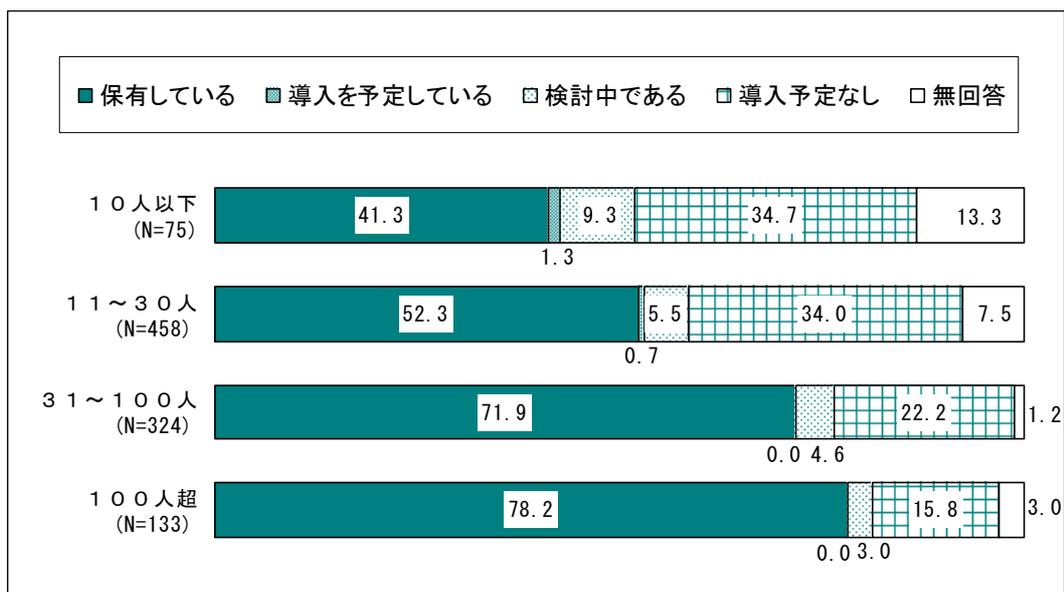
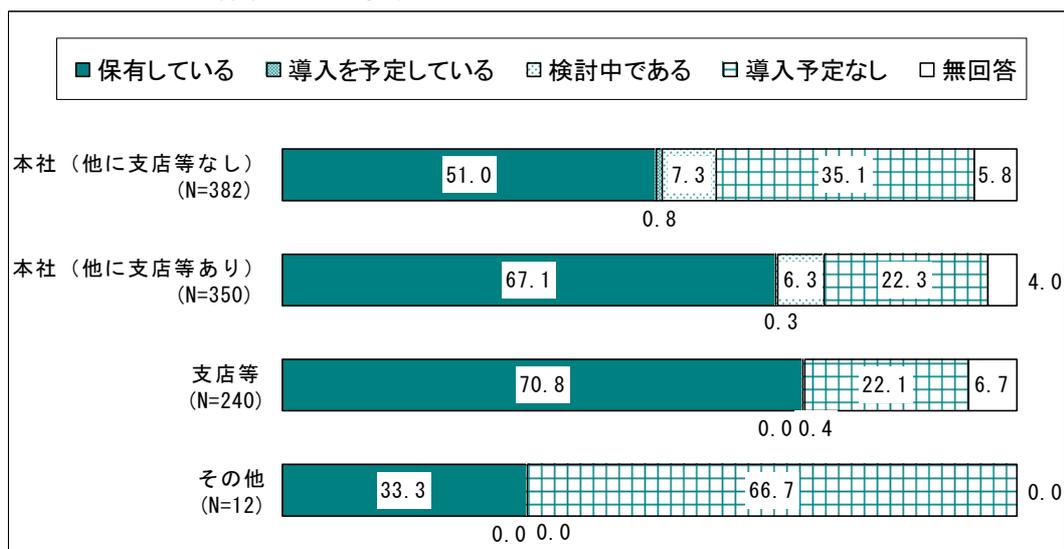


図 2-3-4 サーバの保有状況（事業所形態別）



イ 社内ネットワークの用途

- 社内ネットワークの用途としては、「情報やデータの共有化」が80.6%で最も高く、次いで「出力装置の共有化」60.8%、「電子メールサービスの実現」47.3%、「財務・経理システムの実現」44.8%などとなっている。前回調査と比較すると、「業務支援システムの実現」と「アプリケーションソフトの共有化」の伸びが大きい。
- 業種別に見ると、全業種において「情報やデータの共有化」の順位が1位、「出力装置の共有化」が2位となっている。「電子メールサービスの実現」が3位となっている業種が多いが、運輸業やサービス業では「財務・経理システムの実現」が3位となっている。

図2-4 社内ネットワークの用途（全体、複数回答）

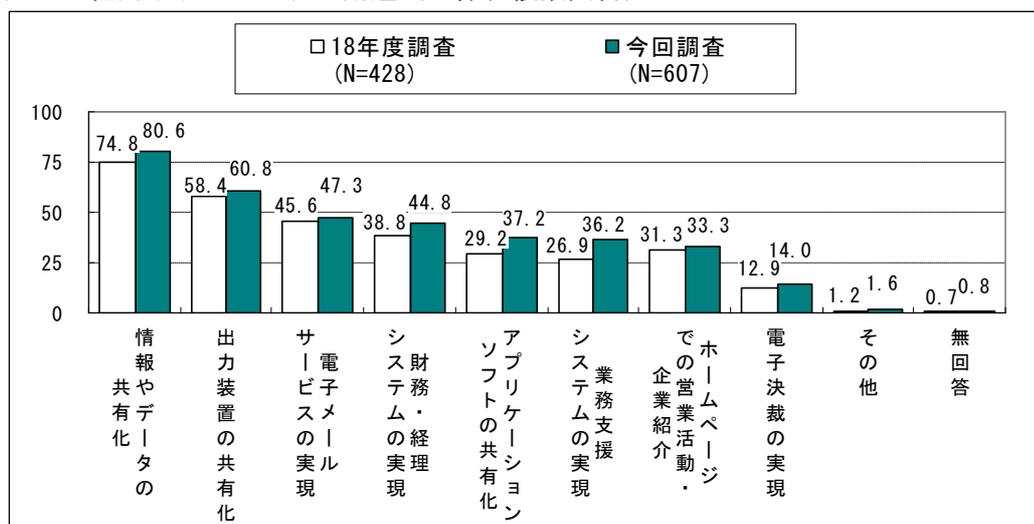


表2-1 社内ネットワークの用途（業種別・従業員規模別・事業所形態別、複数回答）

		サンプル数	情報やデータの共有化	出力装置の共有化	電子メールサービスの実現	財務・経理システムの実現	アプリケーションソフトの共有化	業務支援システムの実現	ホームページでの営業活動・企業紹介	電子決裁の実現	その他	無回答
(単位：%)												
全体		607	489	369	287	272	226	220	202	85	10	5
		100.0	80.6	60.8	47.3	44.8	37.2	36.2	33.3	14.0	1.6	0.8
業種	製造業	128	80.5	63.3	54.7	48.4	35.9	41.4	25.8	15.6	0.8	0.0
	建設業	87	82.8	62.1	41.4	37.9	35.6	16.1	27.6	9.2	2.3	1.1
	卸売・小売業	118	82.2	64.4	48.3	45.8	44.9	39.8	36.4	14.4	1.7	1.7
	運輸業	44	72.7	54.5	50.0	52.3	29.5	36.4	25.0	6.8	2.3	2.3
	サービス業	124	82.3	50.8	35.5	41.9	33.1	33.9	39.5	12.1	1.6	0.0
	情報通信業	22	86.4	81.8	63.6	40.9	36.4	45.5	40.9	22.7	0.0	4.5
	金融・保険業	23	100.0	69.6	69.6	34.8	60.9	60.9	26.1	34.8	0.0	0.0
	その他	52	65.4	65.4	46.2	51.9	36.5	42.3	46.2	13.5	3.8	0.0
従業員規模	10人以下	31	67.7	45.2	22.6	19.4	16.1	6.5	19.4	9.7	0.0	3.2
	11～30人	237	73.8	62.9	46.0	41.4	35.0	33.8	31.2	14.8	1.3	1.3
	31～100人	233	85.4	58.8	46.8	41.2	38.2	33.9	30.9	12.4	2.1	0.4
	100人超	104	88.5	65.4	58.7	68.3	46.2	55.8	47.1	16.3	1.9	0.0
事業所形態	本社(他に支店等なし)	195	70.3	59.5	42.1	39.5	36.4	28.2	28.7	9.7	1.5	0.5
	本社(他に支店等あり)	235	83.4	62.1	46.4	46.8	39.1	36.6	35.7	8.5	0.9	0.0
	支店等	170	88.2	61.2	54.1	48.2	35.3	44.1	35.3	26.5	2.4	2.4
	その他	4	75.0	25.0	50.0	25.0	25.0	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0
I度別先進	先進層	108	89.8	69.4	64.8	58.3	47.2	52.8	45.4	20.4	2.8	0.0
	中間層	328	83.5	61.6	46.6	43.6	36.9	36.0	32.9	15.2	1.2	1.2
	後進層	140	68.6	51.4	35.0	36.4	30.0	26.4	26.4	7.1	1.4	0.7

(3) インターネットの利用状況

ア インターネットの利用状況

- インターネットの利用率は 95.0%となっており、前回調査を 11.3 ポイント上回っている。
- 業種別では、情報通信業が 100.0%で最も高く、次いで建設業 99.3%、製造業 97.3%、サービス業 95.0%の順となっており、金融・保険業（76.3%）が最も低い。
- 従業員規模別に見ると、10 人以下の事業所で 84.0%と最も低くなっているが、11 人以上の従業員規模ではいずれも 9 割を超えている。

図 2-5-1 インターネットの利用状況（全体）

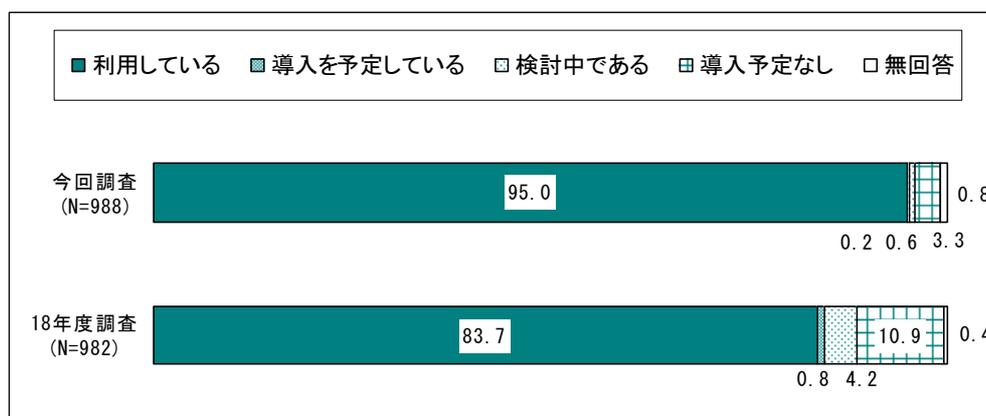


図 2-5-2 インターネットの利用状況（業種別）

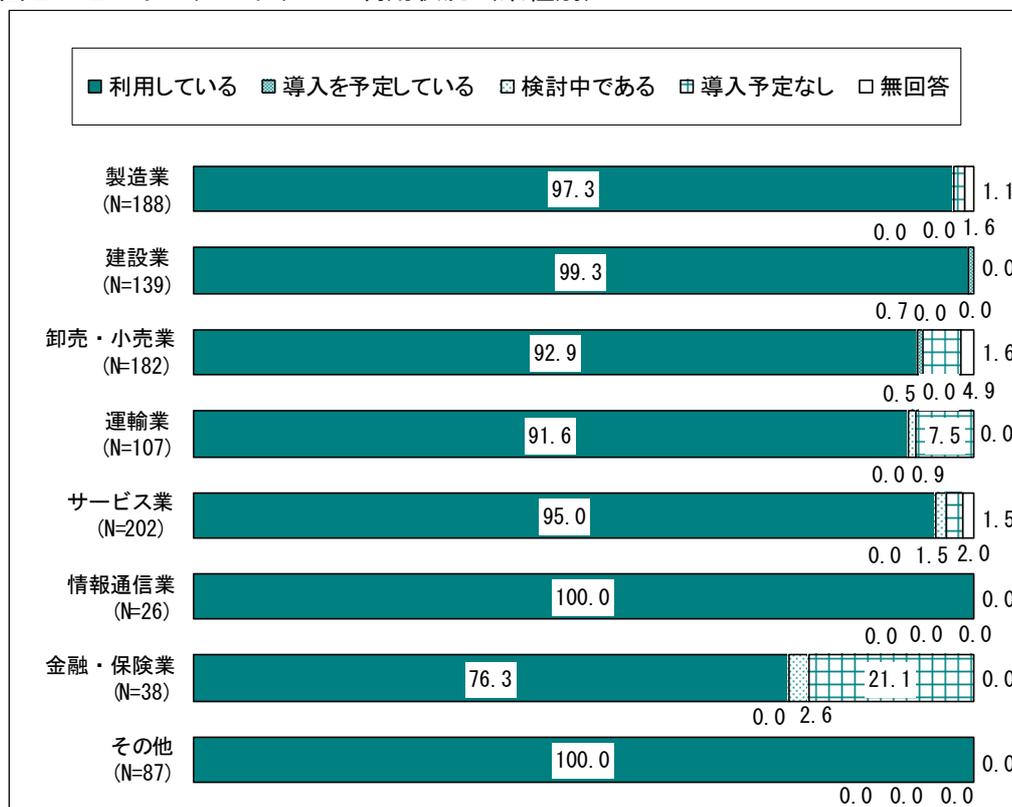


図 2-5-3 インターネットの利用状況（従業員規模別）

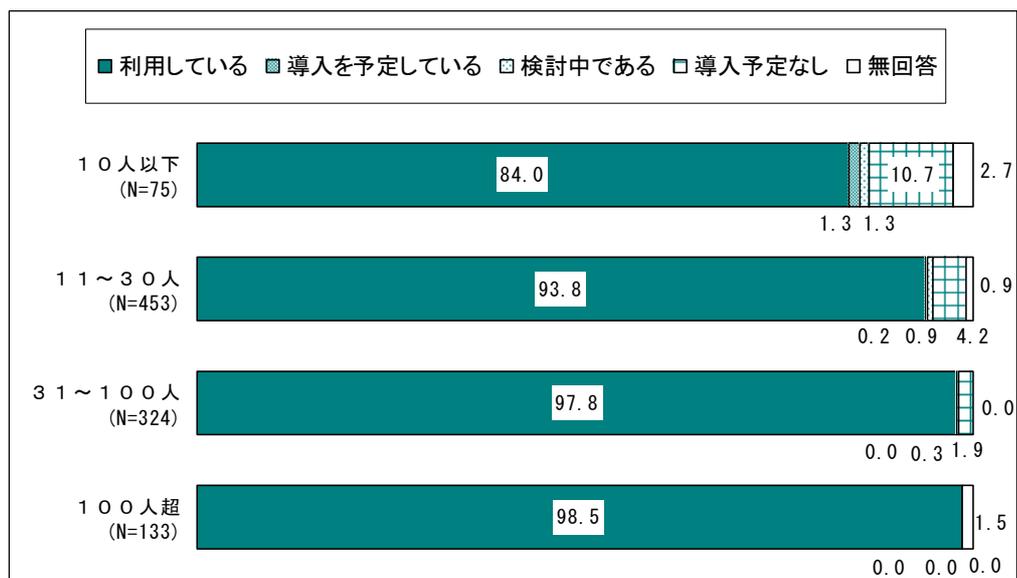
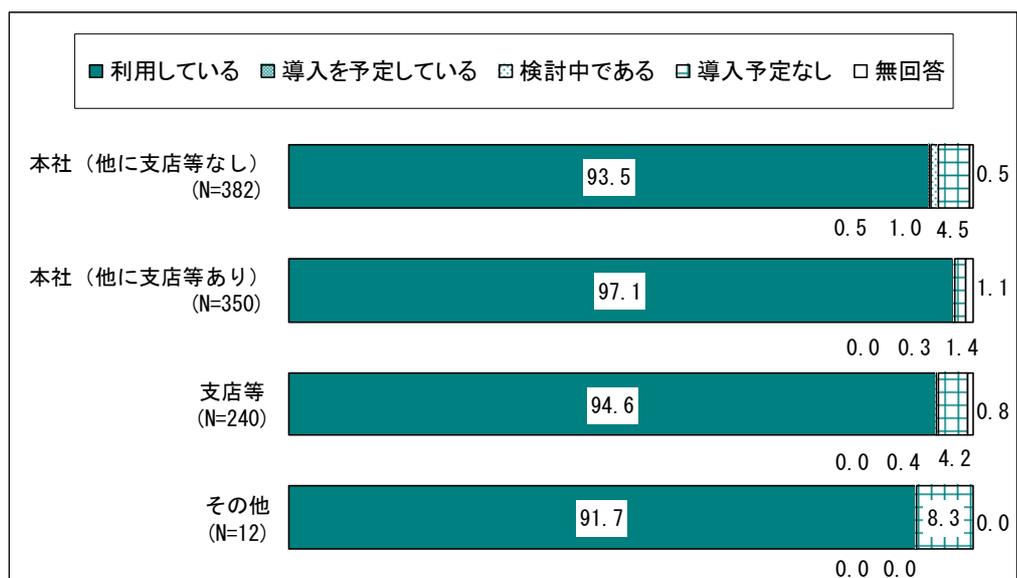


図 2-5-4 インターネットの利用状況（事業所形態別）



イ インターネットの接続回線

- インターネットの接続回線については、「光ファイバー」(63.5%)が最も高く、次いで「ADSL」(21.7%)、「ISDN」(12.6%)の順となっている。
- 前回調査と比較すると、「光ファイバー」が大幅に増加し、「ADSL」、「ISDN」が減少しており、ブロードバンド回線(「光ファイバー」、「ADSL」、「CATV」の合計)の占める割合は約86.5%となっている。
- 業種別にみると、ほとんどの業種で「光ファイバー」、「ADSL」、「ISDN」の順となっているが、情報通信業では「専用線」が2位、金融・保険業では「専用線」が3位となっている。

図2-6 インターネットの接続回線(全体、複数回答)

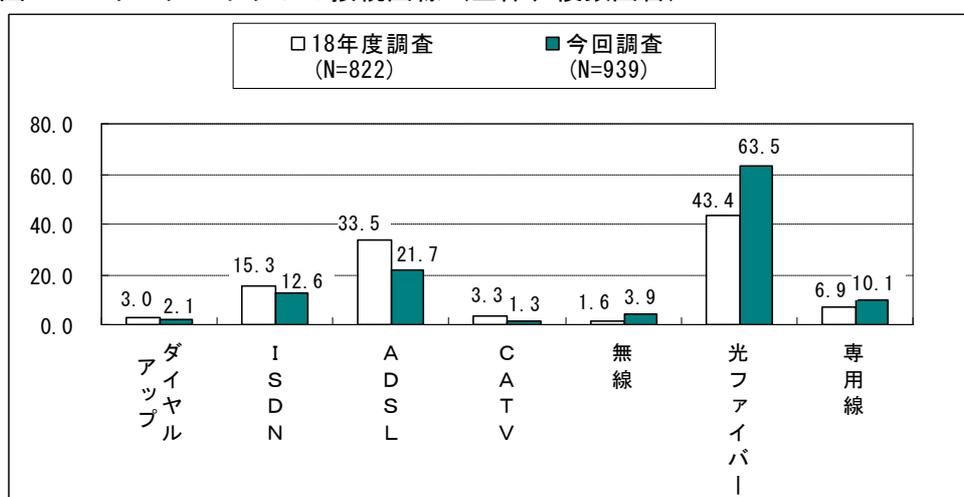


表2-2 インターネットの接続回線(業種別・従業員規模別・事業所形態別、複数回答)

		サンプル数	ダイヤルアップ	ISDN	ADSL	CATV	無線	光ファイバー	専用線	その他	無回答
(単位:%)											
全体		939	20	118	204	12	37	596	95	11	20
		100.0	2.1	12.6	21.7	1.3	3.9	63.5	10.1	1.2	2.1
業種別	製造業	183	3.8	14.8	20.8	0.5	3.8	62.3	10.4	0.5	2.7
	建設業	138	1.4	10.1	23.9	3.6	5.8	68.8	7.2	0.0	0.7
	卸売・小売業	169	1.2	10.1	19.5	1.2	3.6	71.0	8.3	0.0	0.6
	運輸業	98	2.0	18.4	24.5	1.0	4.1	53.1	11.2	1.0	3.1
	サービス業	192	1.0	13.0	24.5	1.0	3.1	62.5	7.8	1.6	1.6
	情報通信業	26	7.7	7.7	23.1	0.0	3.8	57.7	38.5	3.8	0.0
	金融・保険業	29	0.0	3.4	24.1	0.0	3.4	34.5	17.2	6.9	17.2
	その他	87	2.3	14.9	16.1	1.1	4.6	66.7	11.5	3.4	2.3
従業員数	10人以下	63	1.6	11.1	19.0	3.2	1.6	58.7	3.2	1.6	3.2
	11~30人	425	1.9	11.8	20.9	1.6	3.8	63.1	7.1	1.4	2.4
	31~100人	317	2.5	12.9	19.6	0.9	3.8	63.7	11.0	0.9	1.9
	100人超	131	2.3	15.3	31.3	0.0	6.1	66.4	20.6	0.8	1.5
事業所の形態	本社、他に事業所や支店はない	357	2.2	14.0	20.2	2.0	3.4	63.0	4.8	0.6	1.7
	本社、他に事業所または支店がある	340	2.9	12.9	26.5	1.5	4.1	68.5	6.2	1.5	1.5
	本社ではなく、事業所または支店	227	0.9	10.1	17.2	0.0	4.8	57.3	23.8	1.8	4.0
	その他	11	0.0	9.1	18.2	0.0	0.0	54.5	18.2	0.0	0.0

図 2-7-1 接続している端末数（全体）

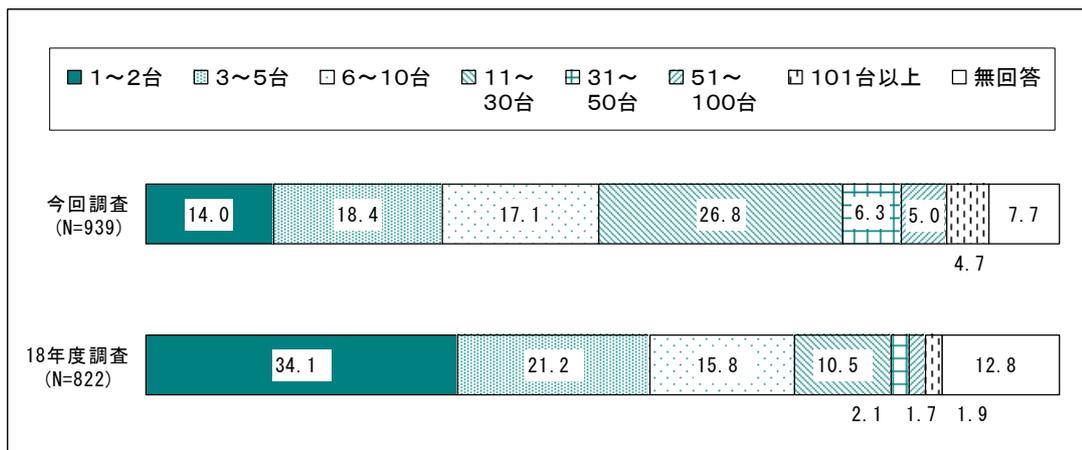
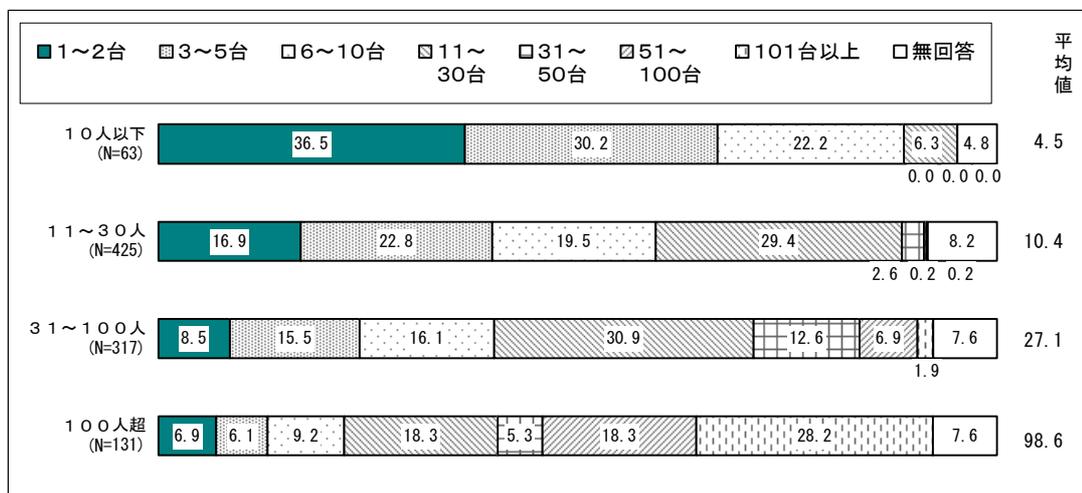


図 2-7-2 接続している端末数（従業員規模別）



ウ インターネットの用途

- インターネットの用途については、「連絡やコミュニケーション」が83.9%と最も高く、次いで「ホームページによる自社の情報提供・宣伝」55.9%、「情報収集」24.9%の順となっている。前回調査と比較すると、「連絡やコミュニケーション」が16.5ポイント、「ホームページによる自社の情報提供・宣伝」が14.1ポイント伸びている。
- 従業員規模別に見ても、いずれも「連絡やコミュニケーション」が1位であり、従業員規模が大きくなるほど、その比率が高くなっている。
- 北九州市および北九州商工会議所のホームページの閲覧経験については、いずれも前回調査を上回っている。

図2-8 インターネットの用途（全体、複数回答）

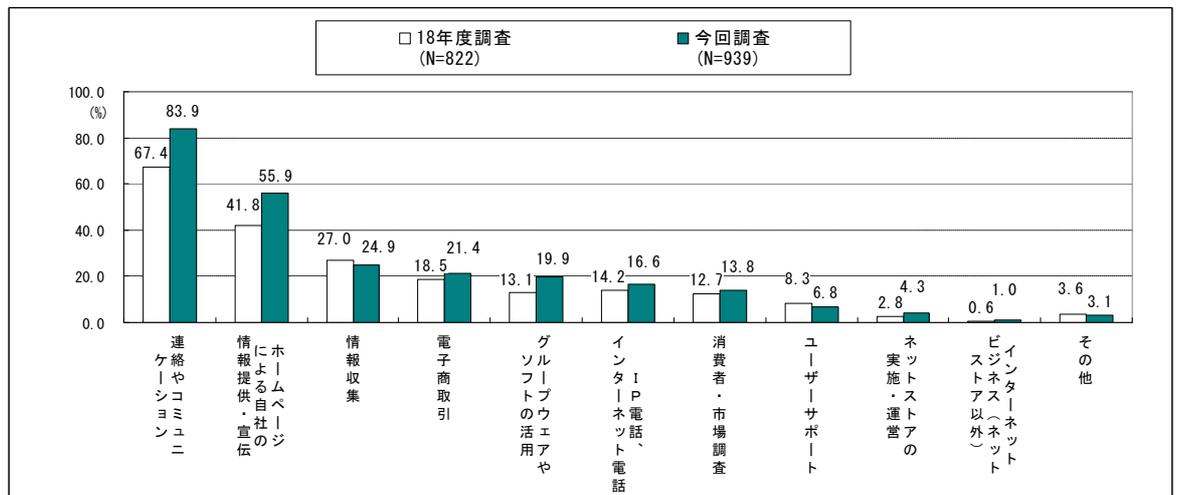


表2-3 インターネットの用途（業種別・従業員規模別・事業所形態別、複数回答）

	サンプル数	連絡やコミュニケーション	ホームページによる自社の情報提供・宣伝	情報収集	電子商取引	グループウェアの活用	インターネット電話、IP電話	消費者・市場調査	ユーザーサポート	ネットストアの実施・運営	インターネットビジネス(ネット以外)	その他	無回答	
														(単位:%)
全体	939	788	525	234	201	187	156	130	64	40	9	29	11	
	100.0	83.9	55.9	24.9	21.4	19.9	16.6	13.8	6.8	4.3	1.0	3.1	1.2	
業種	製造業	183	86.3	49.2	26.8	20.8	20.2	18.6	10.4	8.2	4.9	0.5	2.7	1.1
	建設業	138	86.2	42.0	19.6	30.4	11.6	10.9	6.5	6.5	0.7	0.7	5.1	0.7
	卸売・小売業	169	79.3	59.8	25.4	31.4	22.5	20.1	18.9	2.4	10.1	3.0	1.8	1.8
	運輸業	98	76.5	42.9	24.5	12.2	24.5	8.2	9.2	5.1	1.0	0.0	5.1	2.0
	サービス業	192	90.1	68.8	22.9	18.2	17.2	19.8	17.7	7.8	4.2	1.0	2.6	1.0
	情報通信業	26	96.2	73.1	50.0	26.9	34.6	26.9	34.6	23.1	7.7	0.0	0.0	0.0
	金融・保険業 その他	29 87	69.0 82.8	37.9 73.6	37.9 24.1	6.9 12.6	6.9 28.7	10.3 18.4	17.2 11.5	6.9 5.7	0.0 2.3	0.0 0.0	0.0 4.6	0.0 0.0
従業員規模	10人以下	63	71.4	36.5	19.0	14.3	14.3	11.1	15.9	3.2	1.6	0.0	9.5	1.6
	11~30人	425	79.5	49.6	24.5	23.1	18.1	15.8	13.6	6.1	4.2	0.5	4.0	1.6
	31~100人	317	89.0	61.5	24.0	21.5	19.6	18.6	12.3	7.3	4.1	1.6	1.9	0.6
	100人超	131	92.4	72.5	31.3	19.8	29.8	17.6	16.8	8.4	6.1	1.5	0.0	0.8
事業所形態	本社(他に支店等なし)	357	80.1	45.4	23.0	21.0	15.1	13.7	13.2	6.2	3.6	0.3	3.9	1.7
	本社(他に支店等あり)	340	86.8	64.4	25.0	25.6	20.0	21.2	11.8	5.6	6.5	1.5	2.9	1.5
	支店等	227	86.3	60.8	27.8	16.7	27.8	15.0	18.5	8.8	2.2	1.3	1.8	0.0
	その他	11	72.7	36.4	18.2	9.1	9.1	9.1	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0
年度別	1 先進層	129	93.0	73.6	34.9	30.2	28.7	25.6	13.2	14.0	10.9	3.9	1.6	1.6
	2 中間層	480	85.2	58.3	23.5	20.4	20.6	17.1	15.8	7.1	2.7	0.4	2.1	0.6
	3 後進層	261	80.5	47.1	25.3	19.9	15.3	12.6	12.3	3.4	5.0	0.8	5.4	0.8

図 2-9 北九州市のホームページの閲覧経験

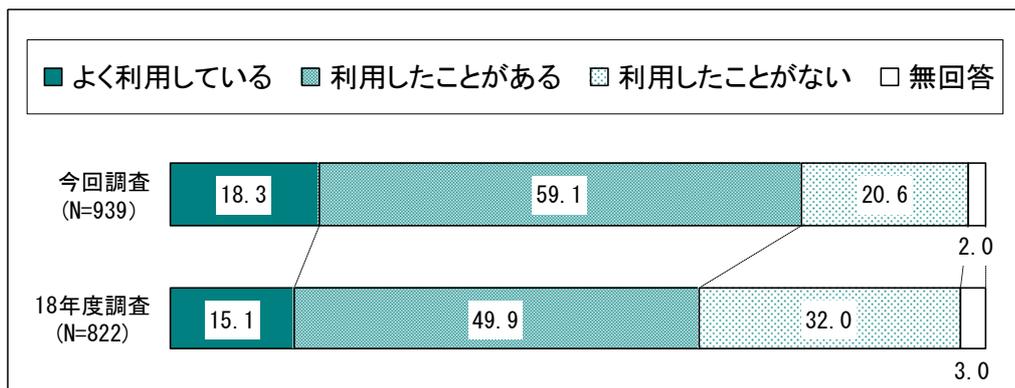
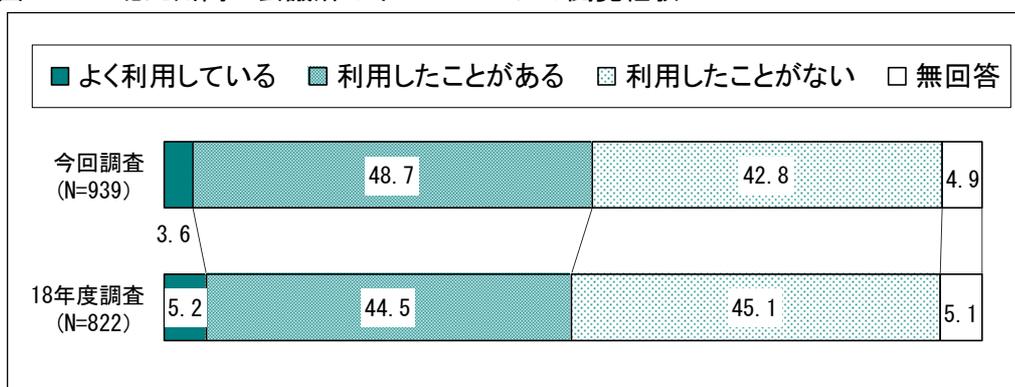


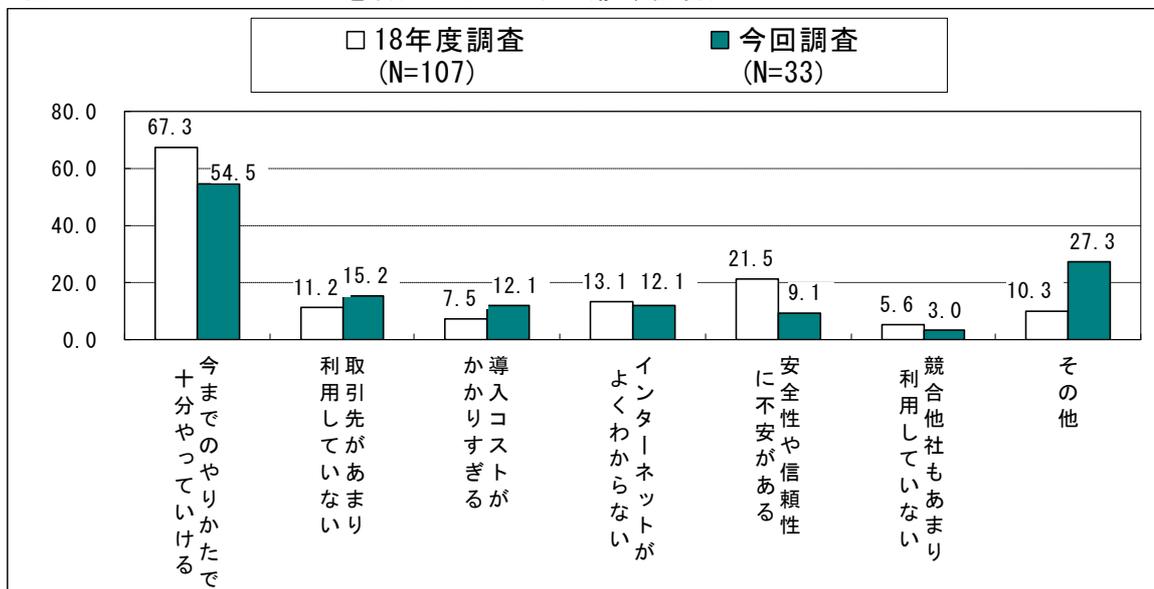
図 2-10 北九州商工会議所のホームページの閲覧経験



エ インターネットを利用しない理由

- インターネットを「今後も利用しない」と回答した事業所にその理由を尋ねたところ、「今までのやりかたで十分やっていける」が 54.5%で最も多く、次いで「取引先があまり利用してない」15.2%、「導入コストがかかりすぎる」と「インターネットがよくわからない」がともに 12.1%などとなっている。

図 2-11 インターネットを利用しない理由（複数回答）



(4) 情報通信ネットワークの被害状況とセキュリティ対策

- 情報通信ネットワーク利用における被害については、42.4%が何らかの被害を経験している。被害の内容は、「ウイルス感染」と「迷惑メール」がともに28.5%となっており、その他の被害は比較的少ない。
- セキュリティ対策については、何らかの対策を実施している事業所が95.6%に達しており、「ウイルスチェックソフトの導入」が85.2%と最も高く、次いで「ID・パスワードによるアクセス制御」が46.1%、「ファイルなどのバックアップ」が45.2%などとなっている。

図 2-12 被害経験

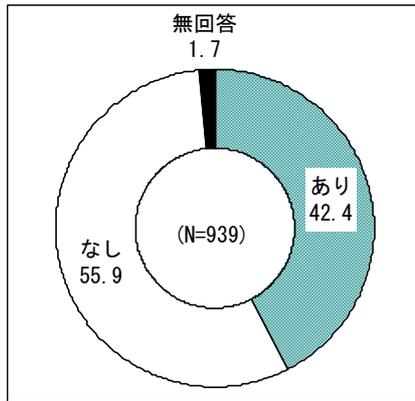


図 2-13 被害内容（複数回答）

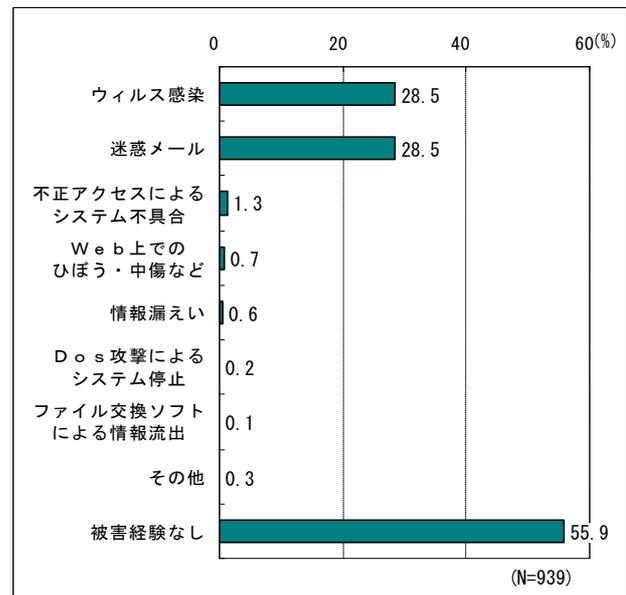
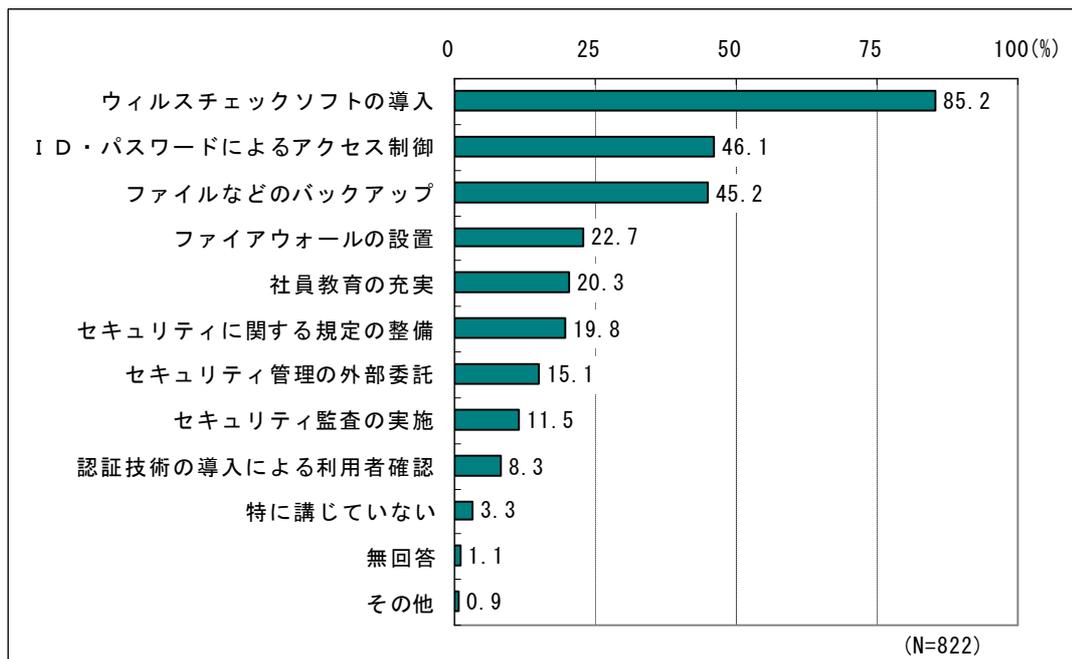


図 2-14 セキュリティ対策（複数回答）



(5) 通信媒体の利用実態

ア 活用している通信媒体

- 全般的に、郵便、FAX、電話といった旧来の媒体への依存度は依然として高く、特に「請求や利用明細の通知」「証拠書類の送付」では、郵便が圧倒的に多い。ただし、「証拠書類の送付」では、郵便に次いで電子メールが2位となっている。
- 「会社案内、人材募集」「商品・イベントの紹介、宣伝」「定期的な情報提供」「意見や応募の受付」では、ホームページの比率が最も高くなっている。

表 2-4 活用している通信媒体（複数回答）

(%)

N=988	郵便・DM	電話	FAX	ホームページ	電子メール	その他	行っていない	無回答
商品・イベントの紹介、宣伝	24.2	13.5	8.5	36.4	10.6	9.2	36.5	9.8
定期的な情報提供	16.2	9.2	8.9	30.9	14.6	7.9	33.5	12.3
請求や利用明細の通知	60.7	6.4	19.9	1.8	16.1	6.8	15.7	10.2
証拠書類の送付	53.9	0.8	14.1	1.0	17.2	5.3	20.9	12.4
会社案内、人材募集	13.1	5.1	3.5	39.5	4.1	28.7	22.5	10.7
意見や応募の受付	11.1	16.5	8.4	18.9	14.6	5.7	43.8	13.6
申込みや届出の受付	29.6	20.9	21.6	11.7	19.6	6.8	31.9	13.3
アンケート調査	19.6	3.3	9.5	3.5	7.5	7.3	55.1	14.4

イ 情報通信料金

- 1ヶ月の情報通信料金の平均は、固定電話が90,317円、移動通信が78,746円、インターネットが31,928円、IP電話が2,471円となっている。

表 2-5 1ヶ月の情報通信料金（平均額）

	サンプル数	通信料金（単位：円）				合計	
		固定電話	移動通信	インターネット	IP電話		
全体	809	90,317	78,746	31,928	2,471	203,462	
従業員規模別	10人以下	60	40,381	69,007	10,219	42	119,649
	11～30人	381	44,530	40,255	11,977	1,181	97,943
	31～100人	261	87,329	85,763	30,278	3,229	206,599
	100人超	107	288,646	204,148	119,165	6,579	618,538

(6) 情報化に対する意識

- 情報化の先進度に関する自己評価は、「非常に先進的」または「比較的先進的」と回答した「先進層」は13.6%で、「やや遅れている」または「遅れている」と回答した「後進層」は28.6%となっている。
- 今後の情報化について重視する内容としては、「セキュリティ対策の強化」が32.2%で最も高く、次いで「社内ネットワークの導入・拡充」30.0%、「情報収集機能の充実」20.0%、「顧客情報システムの導入・拡充」19.9%などとなっている。
- 業種別に見ると、卸売・小売業では「オンライン受発注システムの導入・拡充」の比率が最も高くなっている。また、サービス業では「情報発信機能の充実」を、情報通信業と金融・保険業では「顧客情報システムの導入・拡充」を比較的重視している様子がうかがえる。

図 2-15 IT先進度の自己評価

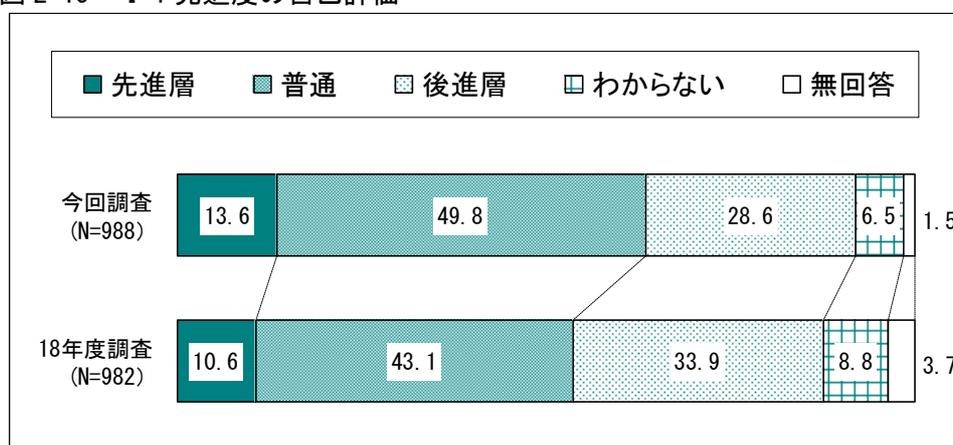


図 2-16 情報化について重視している事項（全体、複数回答）

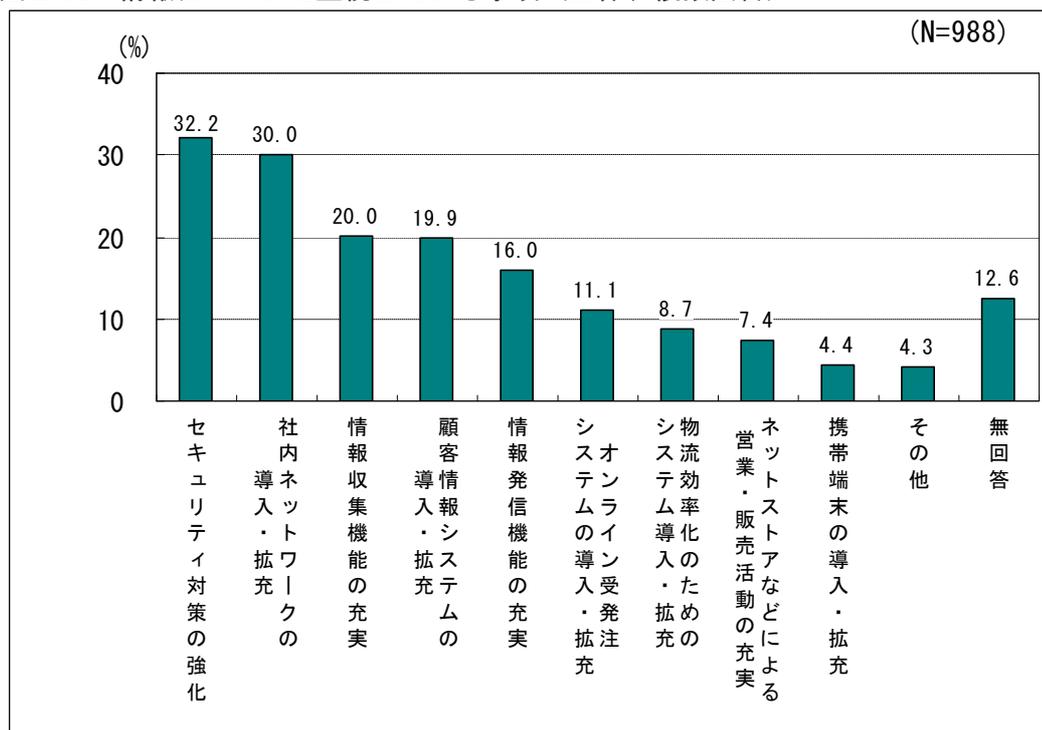


表 2-6 情報化について重視している事項（業種別・従業員規模別・事業所形態別）

		サンプル数	セキュリティ対策の強化	社内ネットワークの導入・拡充	情報収集機能の充実	顧客情報システムの導入・拡充	情報発信機能の充実	オンライン受発注システムの導入・拡充	物流効率化のためのシステム導入・拡充	ネットストアなどによる営業・販売活動の充実	携帯端末の導入・拡充	その他	無回答
(単位：%)													
全 体		988 100.0	318 32.2	296 30.0	198 20.0	197 19.9	158 16.0	110 11.1	86 8.7	73 7.4	43 4.4	42 4.3	124 12.6
業 種 別	製造業	188	35.1	35.6	18.6	11.7	10.6	10.6	9.6	7.4	2.1	8.0	12.2
	建設業	139	34.5	29.5	24.5	11.5	9.4	7.9	0.7	3.6	5.0	2.9	16.5
	卸売・小売業	182	22.5	23.1	19.2	20.9	14.3	25.8	14.3	15.9	3.3	3.3	13.7
	運輸業	107	23.4	32.7	24.3	27.1	6.5	8.4	23.4	3.7	8.4	4.7	8.4
	サービス業	202	39.1	25.7	19.8	25.7	26.7	6.4	5.9	8.4	4.0	3.5	8.4
	情報通信業	26	38.5	30.8	19.2	30.8	19.2	7.7	0.0	3.8	3.8	0.0	7.7
	金融・保険業	38	44.7	31.6	18.4	36.8	21.1	5.3	5.3	0.0	10.5	0.0	21.1
	その他	87	33.3	36.8	17.2	16.1	26.4	6.9	0.0	1.1	4.6	5.7	12.6
従 業 員 数	10人以下	75	17.3	14.7	12.0	10.7	16.0	2.7	5.3	9.3	2.7	12.0	22.7
	11～30人	453	30.5	22.1	22.1	21.6	19.2	11.5	7.7	7.9	3.1	3.5	13.0
	31～100人	324	33.6	40.1	21.0	22.8	13.3	11.4	8.0	7.7	6.5	3.4	11.7
	100人超	133	42.9	39.1	15.8	12.8	12.0	14.3	15.8	3.8	4.5	4.5	7.5
事 業 所 の 形 態	本社、他に事業所や支店はない	382	26.7	25.7	22.5	18.1	18.3	7.6	6.5	7.3	4.7	5.8	14.4
	本社、他に事業所または支店がある	350	32.6	33.7	17.7	20.9	12.6	16.0	8.6	9.1	2.6	4.3	11.1
	本社ではなく、事業所または支店	240	41.3	31.3	20.0	22.1	16.3	10.0	12.1	5.0	6.3	1.7	11.7
	その他	12	8.3	16.7	16.7	16.7	41.7	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	16.7