

中小企業庁情報モラルセミナーフォローアップ調査報告

2011 年 3 月 10 日

ハイパーネットワーク社会研究所

調査の概要

1. 目的と狙い

中小企業庁主催の情報モラルセミナー受講者のその後の取組状況を調査し、現状を把握するとともに、その結果を今後の中小企業庁情報モラル啓発事業の改善に生かすことを目的とする。

「情報モラル」とは、企業が情報を利活用する際に、組織として配慮すべき考え方と行動のことで、具体的には、プライバシーなど「人権への配慮」、情報セキュリティなど「安全への配慮」、電子商取引における消費者保護など「社会的公正への配慮」などが求められている。

2. 調査の方法

調査は 2009 年度に情報モラルセミナーを開催した 5 県の参加者 730 件にアンケートを送付し、郵送、電子メール、ウェブを用いて回答を収集。

3. 調査期間

2010 年 8 月にアンケートを配布し、11 月までに回収。

4. 回答数

有効回答数は 232 件。

5.回答者および勤務先事業所のプロフィール

回答者の勤務する事業所および回答者のプロフィールは以下の通り。

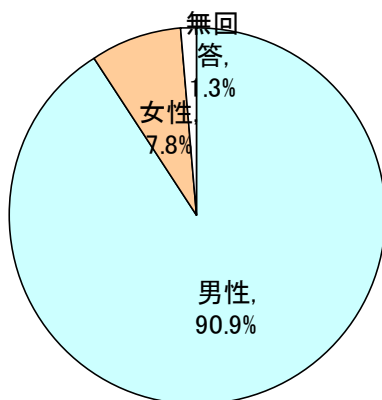
5.1. 回答者の勤務する事業所の地域分布

都道府県	回答数	構成比	都道府県	回答数	構成比	都道府県	回答数	構成比
茨城県	39	16.8%	愛知県	4	1.7%	高知県	2	0.9%
東京都	4	1.7%	滋賀県	24	10.3%	福岡県	13	5.6%
新潟県	1	0.4%	京都府	1	0.4%	佐賀県	27	11.6%
富山県	37	15.9%	大阪府	13	5.6%	長崎県	2	0.9%
石川県	2	0.9%	奈良県	1	0.4%	大分県	4	1.7%
福井県	1	0.4%	和歌山県	1	0.4%	無回答	5	2.2%
岐阜県	1	0.4%	岡山県	44	19.0%	合計	232	100.0%
静岡県	2	0.9%	広島県	4	1.7%			

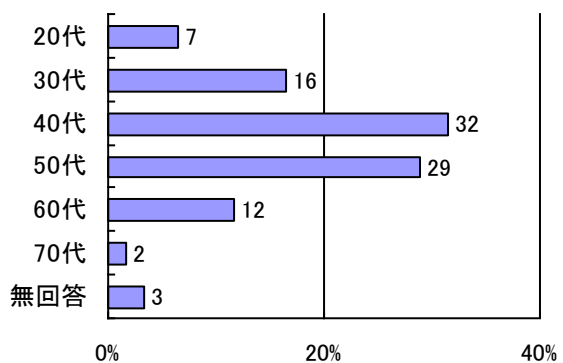
5.2. 回答者の勤務先業種分布

業種	回答数	構成比		回答数	構成比
建設業	11	4.7%	教育、学習支援業	10	4.3%
製造業	27	11.6%	医療・福祉	3	1.3%
電気・ガス・熱・水道	5	2.2%	複合サービス業	1	0.4%
情報通信業	43	18.5%	サービス業	13	5.6%
運輸業・郵便業	1	0.4%	国の機関	2	0.9%
卸売・小売業	17	7.3%	地方自治体	30	12.9%
金融・保険業	3	1.3%	団体	27	11.6%
不動産・物品賃貸業	3	13.0%	その他	19	8.2%
学術研究、専門・技術サービス業	11	4.7%	無回答	5	2.2%
宿泊業・飲食サービス業	1	0.4%	合計	232	100.0%

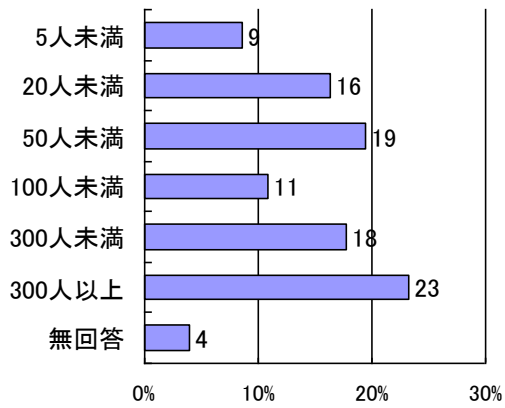
5.3. 回答者の性別



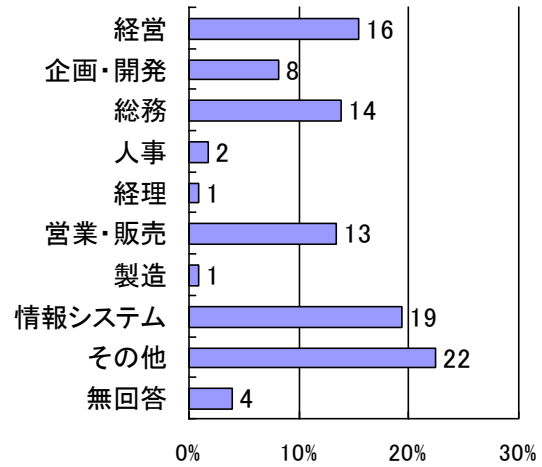
5.4. 回答者の年代構成



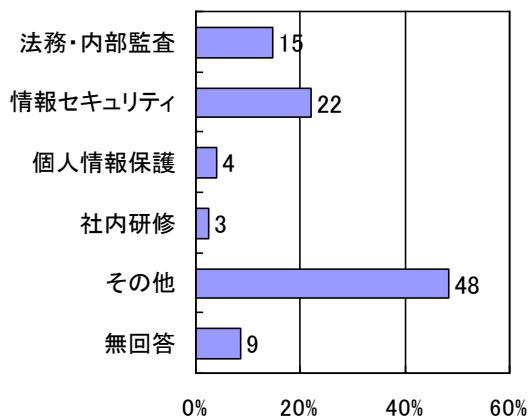
5. 5. 回答者の勤務先事業所規模構成



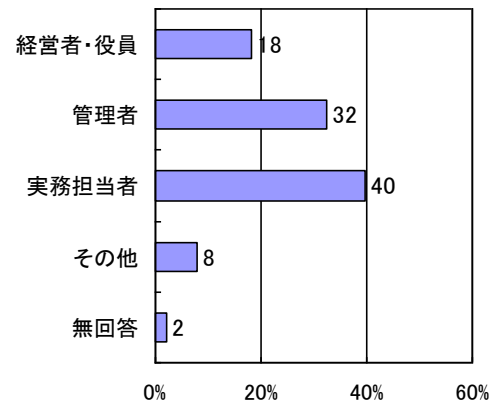
5. 6. 回答者の所属部門



5. 7. 回答者の担当



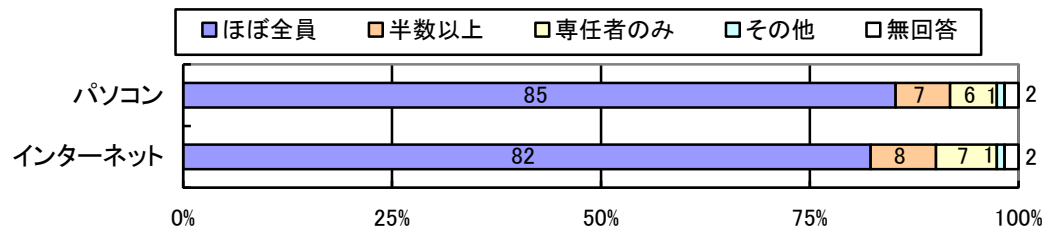
5. 8. 回答者の役職



調査の結果

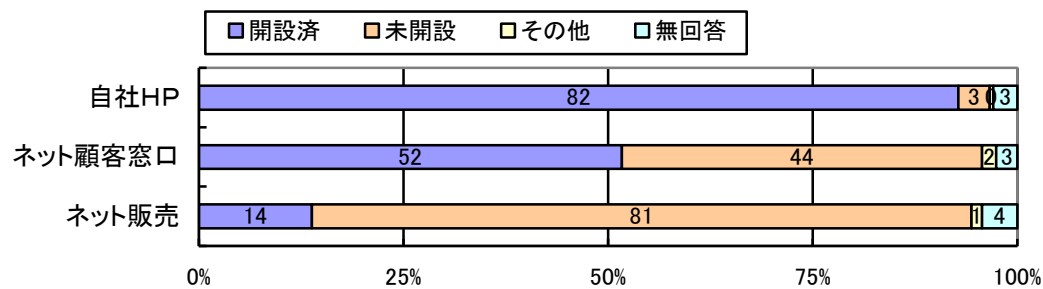
1. 従業員のパソコン、インターネットの利用状況

回答者の事業所の80%以上で、「ほぼ全員」がパソコンやインターネットを利用しており、ICTの利用が進んでいる事業所が多い。



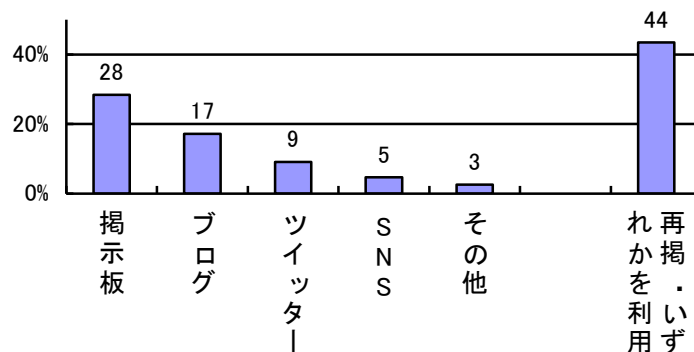
2. インターネットの対外利用状況

自社のホームページ開設率は82%に達しており、ネット上に顧客窓口を開設している企業も52%と半数を超える。一方で、ネット販売の実施は14%にとどまる。



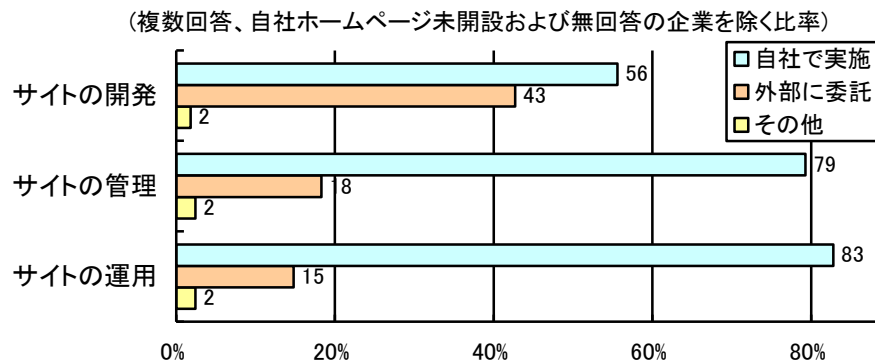
3. 業務目的でのソーシャルサービスの利用状況(重複回答あり)

業務目的でのなんらかのソーシャルサービスを利用している企業は44%に達する。利用しているサービスとしては、掲示板の28%とブログの17%が多いが、比較的新しいサービスであるツイッターの利用も9%となり、これらを追っている。



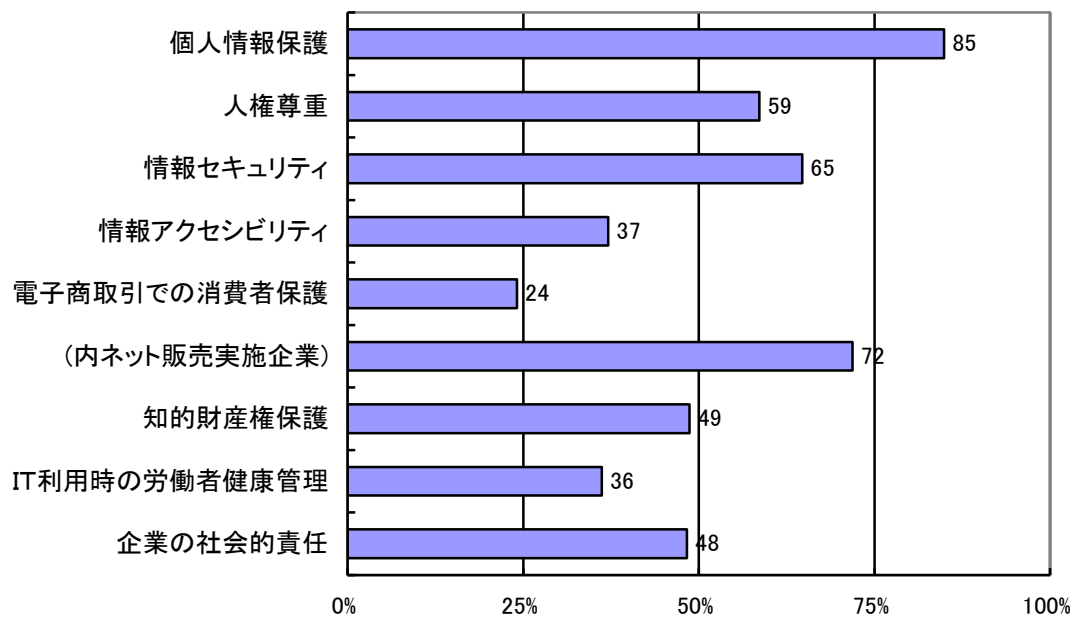
4. ウェブサイトの開発・管理・運用状況

ウェブサイトの開発、管理、運用ともに自社で実施している企業が半数を超える。



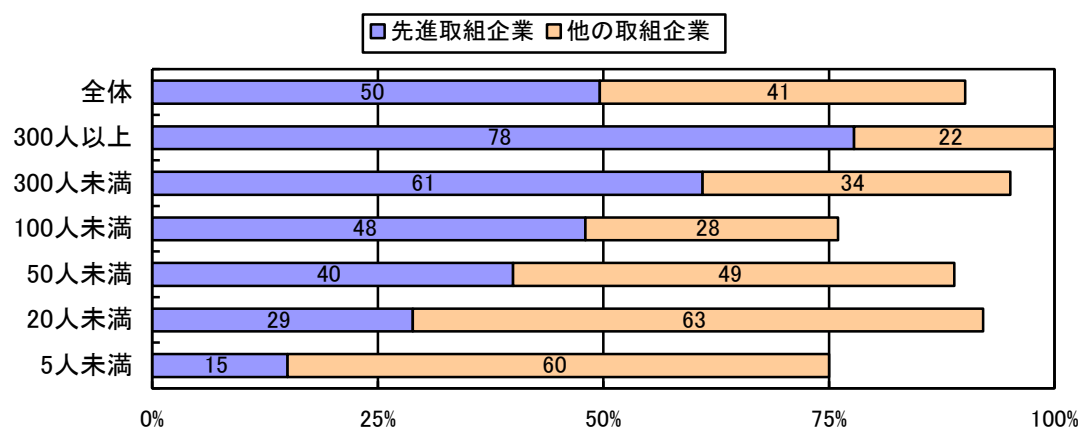
5. 情報モラル関連の組織的な取組整備状況

「個人情報保護」に関しては 85%の企業が何らかの組織的な取組を整備している。これに、「ネット販売事業者の消費者保護」の取組が 72%、「情報セキュリティ」の取組が 66% とつづく。その一方で、「情報アクセシビリティ」、「知的財産権保護」「IT 利用における労働者の健康管理」「企業の社会的責任」の取組は 50%未満にとどまる。



「ポリシーの整備」「組織体制の整備」「教育・啓発」「事故・苦情相談」の4つの取組すべてを整備している先進的な取組については、規模による格差が大きい。

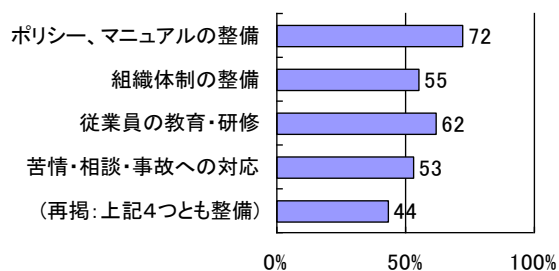
事業所規模別の情報モラル関連の取組状況



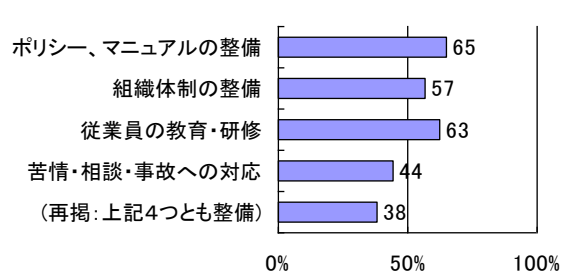
※「先進取組企業」とは、「個人情報保護」や「情報セキュリティ」など情報モラルに関するいずれかのテーマについて「ポリシーの整備」「組織体制の整備」「教育・啓発」「事故・苦情相談」の4つの取組すべてを整備している企業。集計全体 232 社のうち、「先進取組企業」は 115 社、「他の取組企業」は 94 社。

個別テーマごとの取組整備状況の詳細

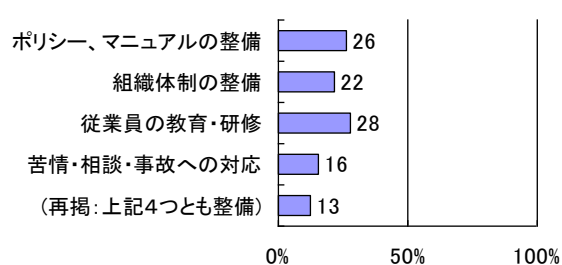
個人情報保護の取組



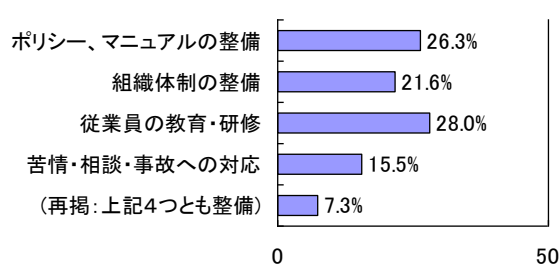
情報セキュリティの取組

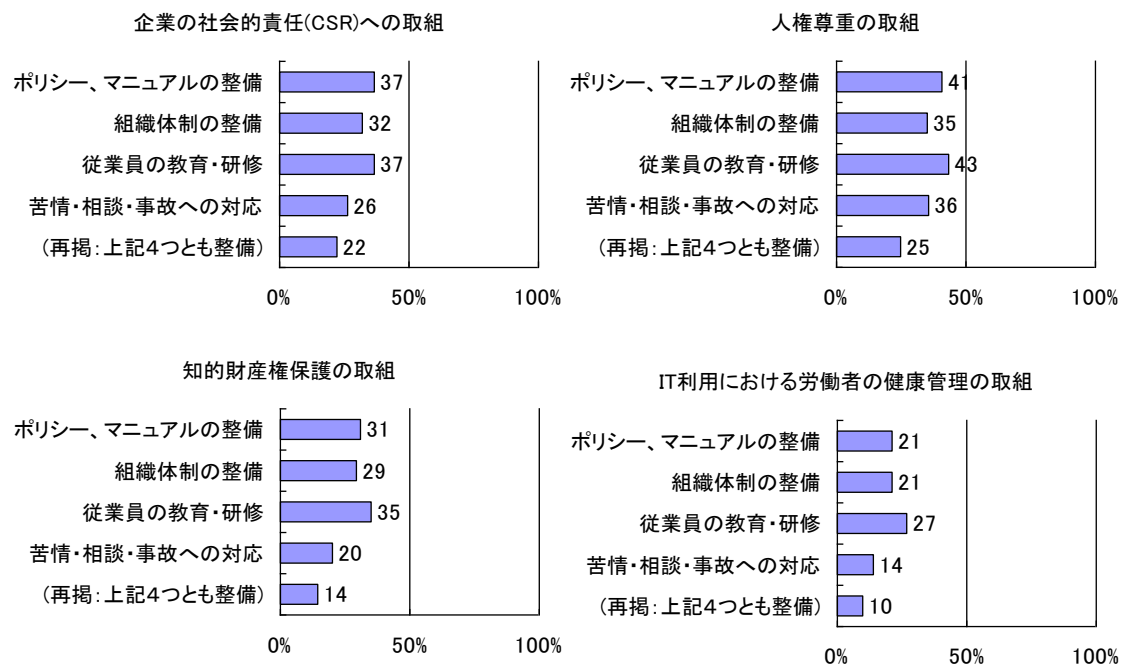


情報アクセシビリティの取組



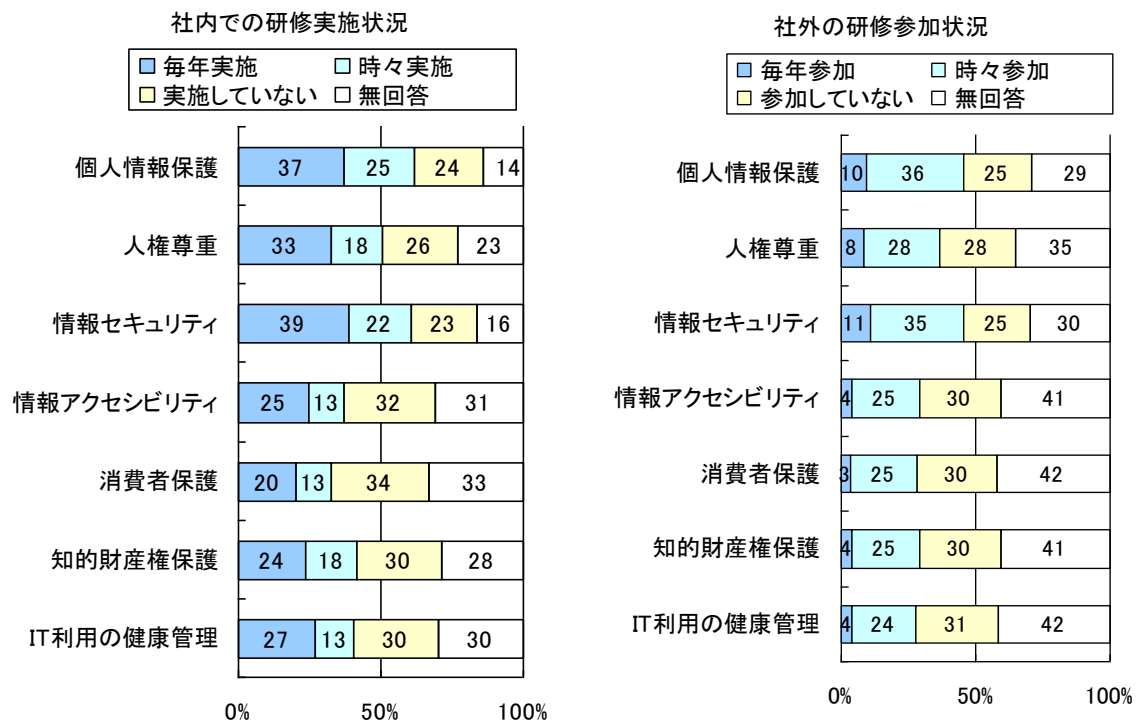
電子商取引における消費者保護の取組





6. 情報モラル関連の研修の実施・参加状況

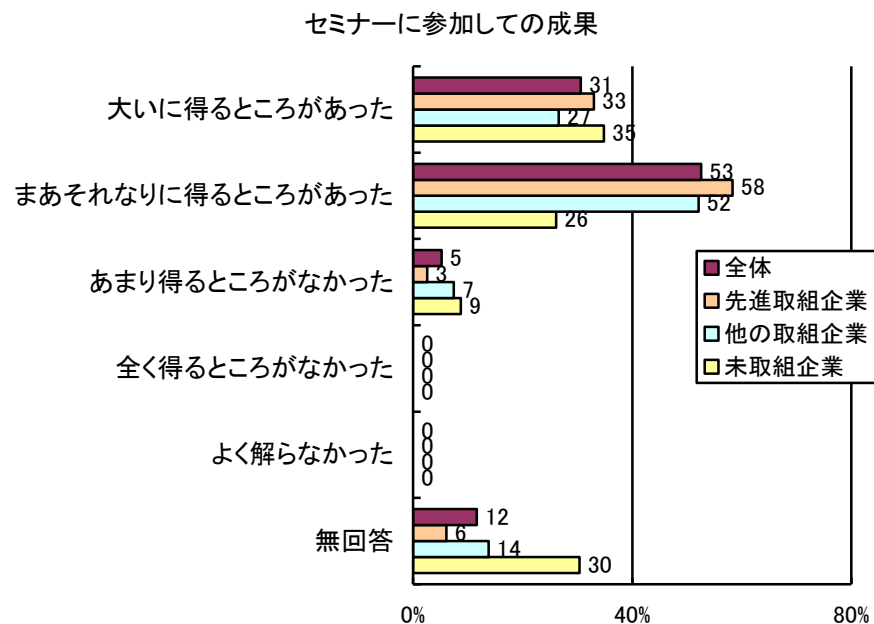
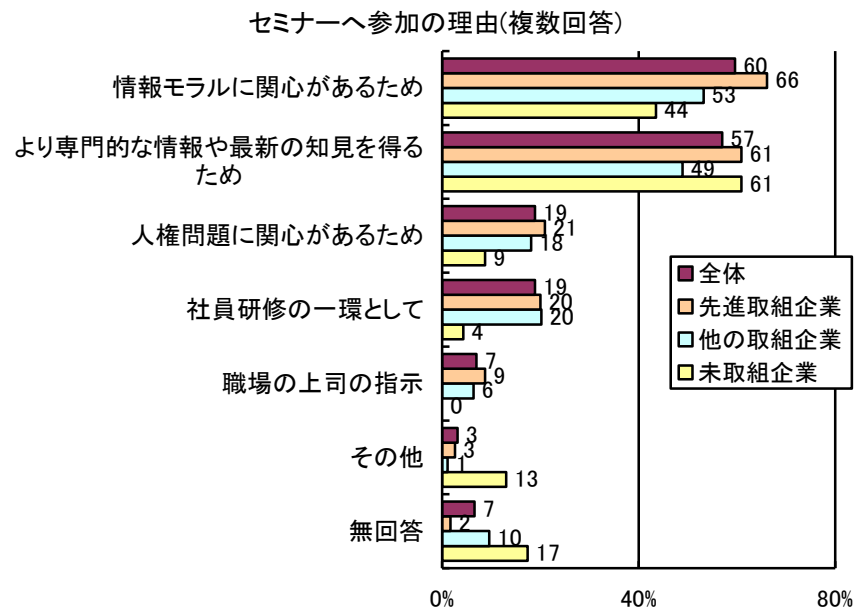
情報モラルの社内研修は、「個人情報保護」と「情報セキュリティ」については6割以上の企業が実施しており、毎年実施する企業も4割弱にのぼる。「人権尊重」に関する社内研修も51%と半数の企業で実施されている。



7. 中小企業庁の情報モラルセミナーへの参加の理由

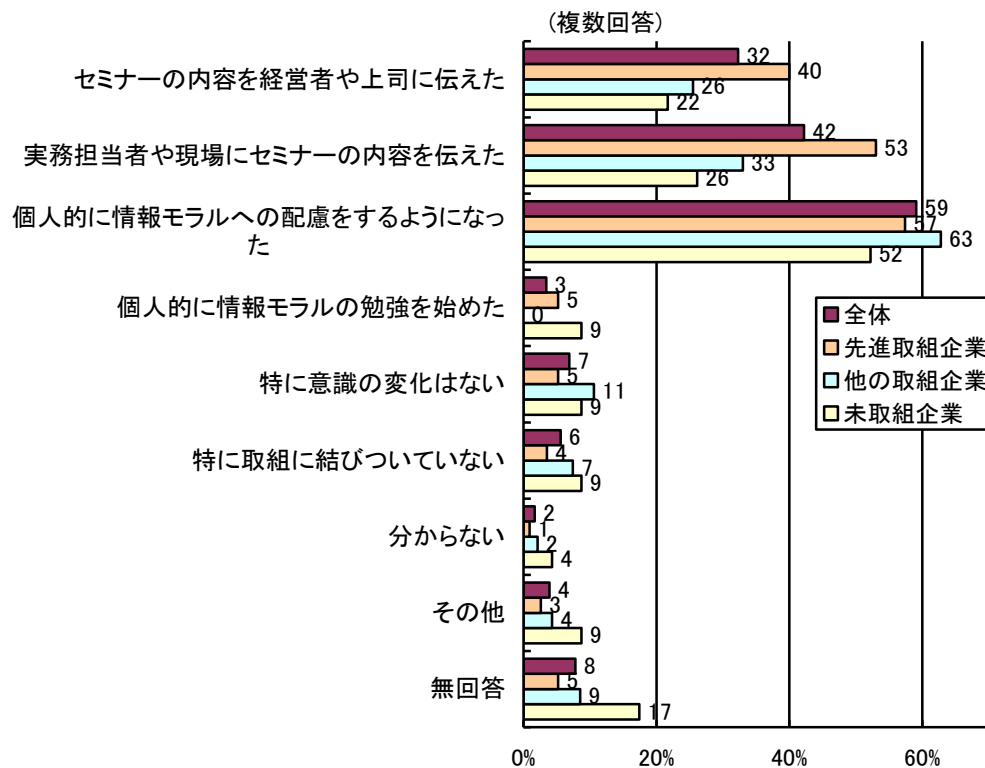
中小企業庁の情報モラルセミナーに参加した理由としては、「情報モラルに関心があるため」(60%)「より専門的な情報や最新の知見を得るため」(57%)の2つがずば抜けて高い。

情報モラルセミナーに参加しての成果は、「大いに得るところがあった」が31%、「まあそれなりに得るところがあった」が53%で、「得るところがなかった」との回答は無かった。



8. 情報モラルセミナーに参加したことによる意識・行動の変化

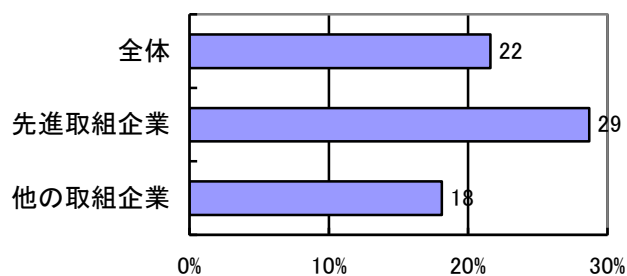
情報モラルセミナーに参加による意識・行動の変化については、「個人的に情報モラルへの配慮をするようになった」(59%)との回答が最も多かった。



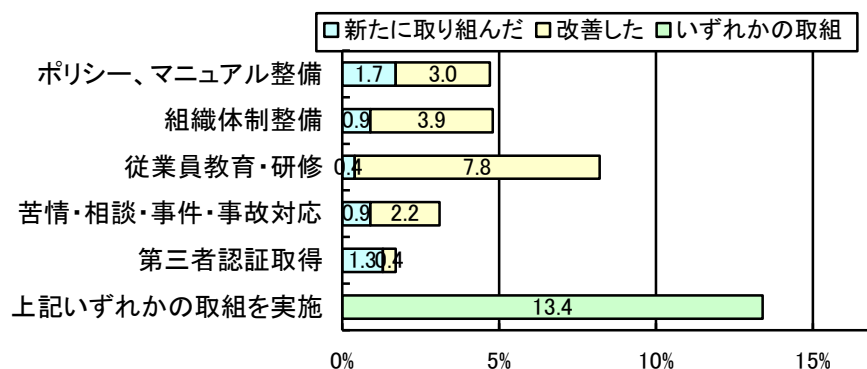
9. 情報モラルセミナー参加後の取組み状況

前年度の情報モラルセミナーに参加後1年以内に、情報モラルに関する、「新規の取組」ないしは「取組の改善」など、何らかのアクションを起した企業は22%であった。

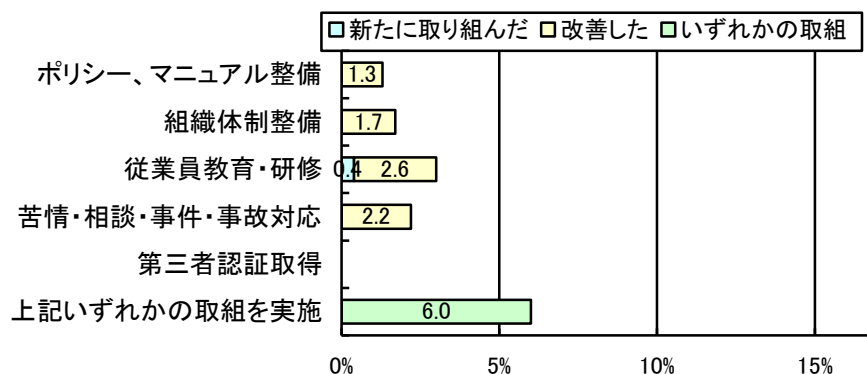
参加後に何らかの取組をした企業の比率



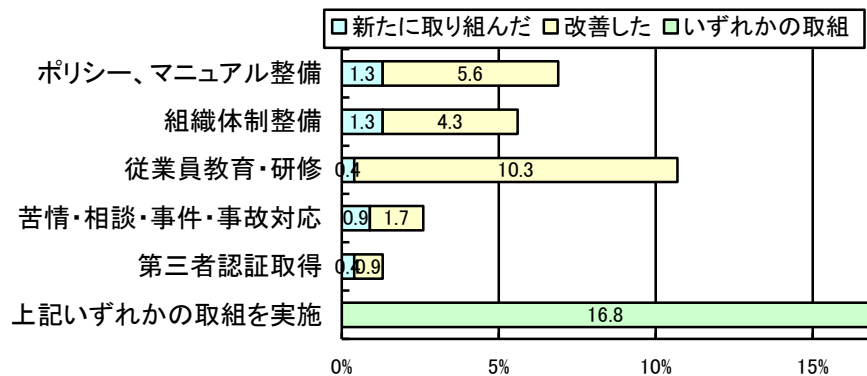
個人情報保護



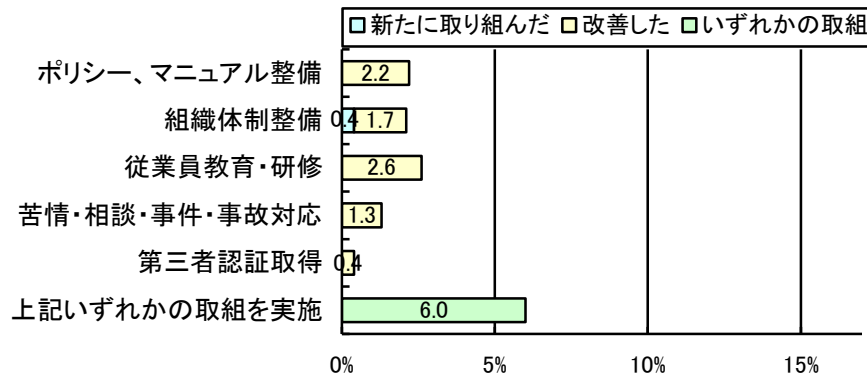
人権尊重

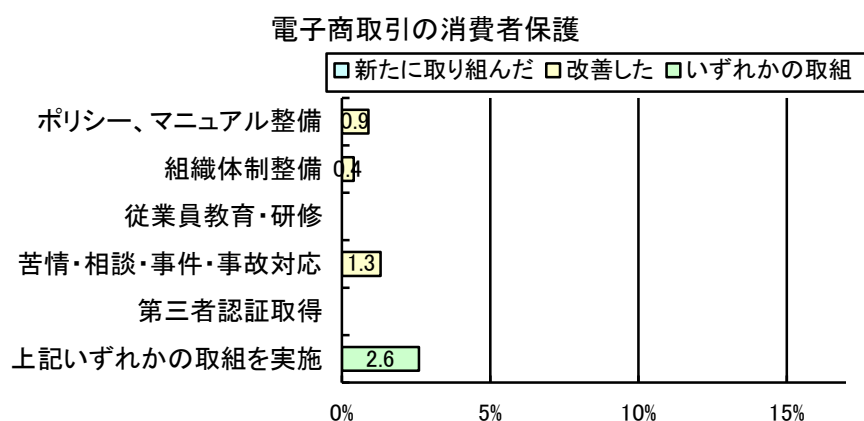


情報セキュリティ



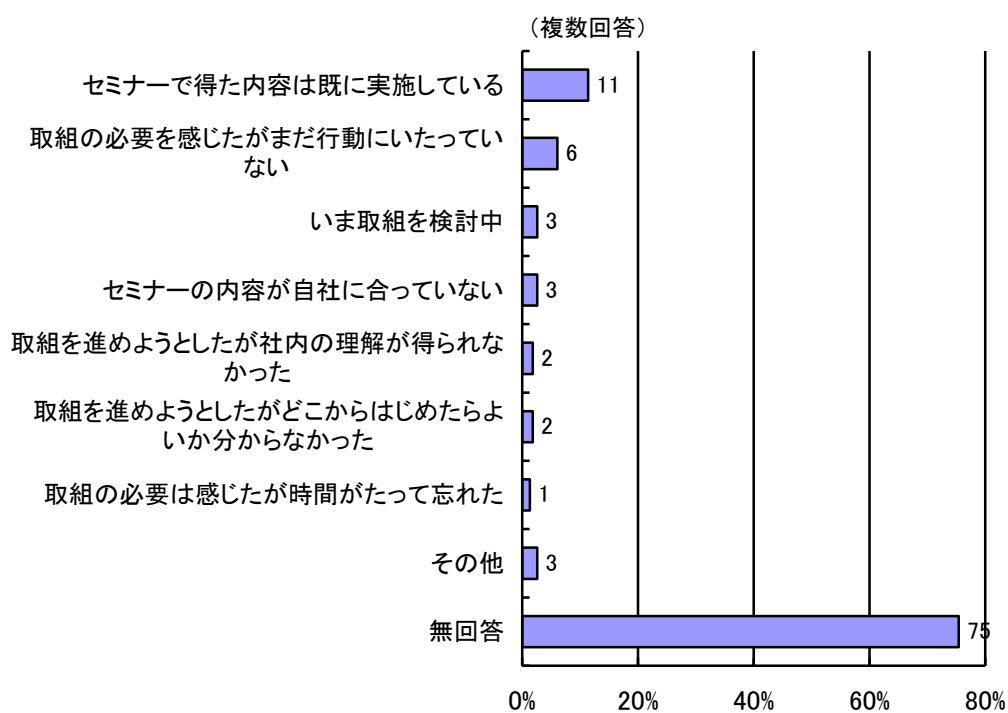
情報アクセシビリティ





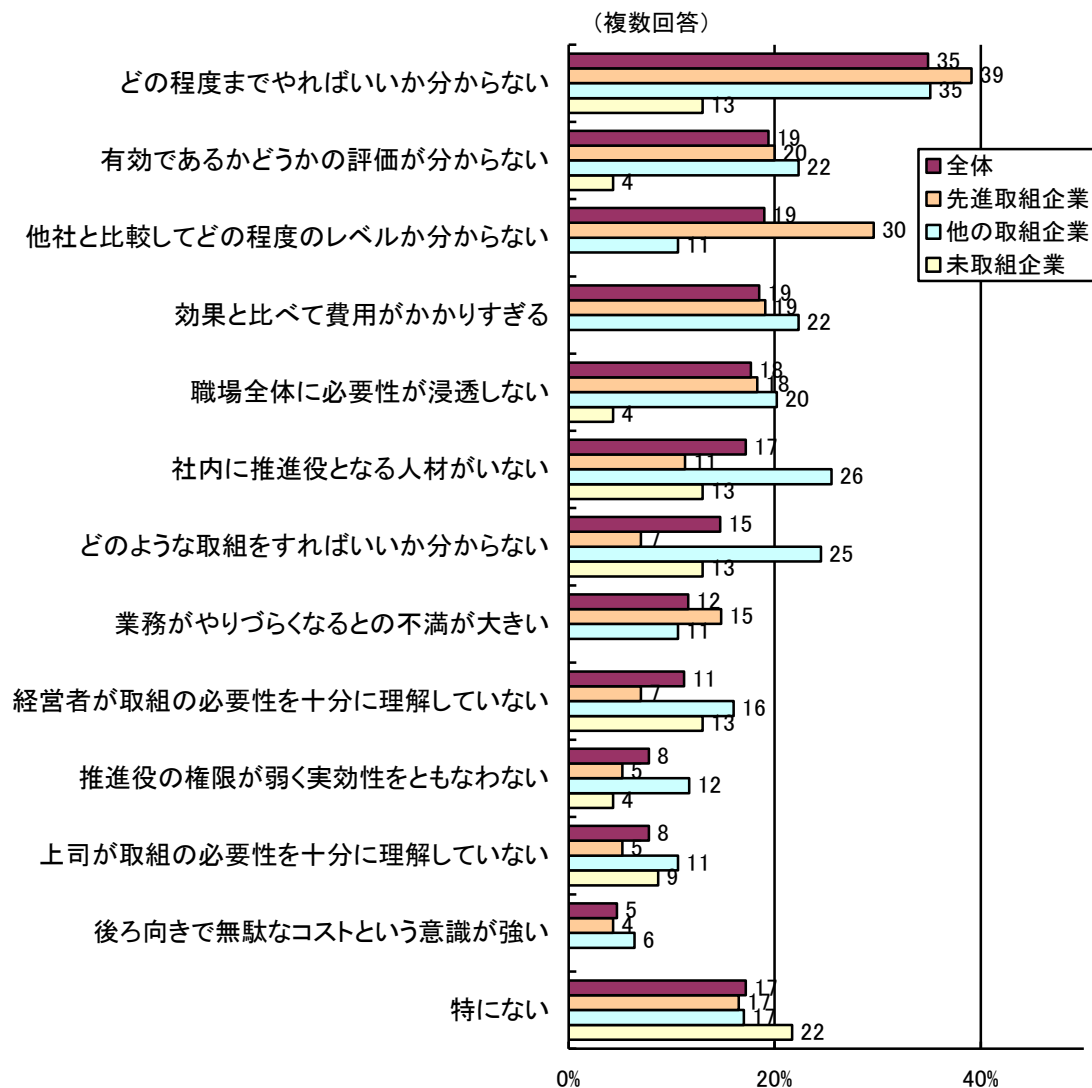
10. セミナーが意識の変化や取組に結びつかなかった理由

セミナーが意識・行動の変化や取組に結びつかなかった理由については、回答そのものが少なかったが、その中では、「セミナーで得た内容は既に実施している」(11%)と「取組の必要を感じたがまだ行動にいたっていない」(6%)という理由が比較的多くあった。



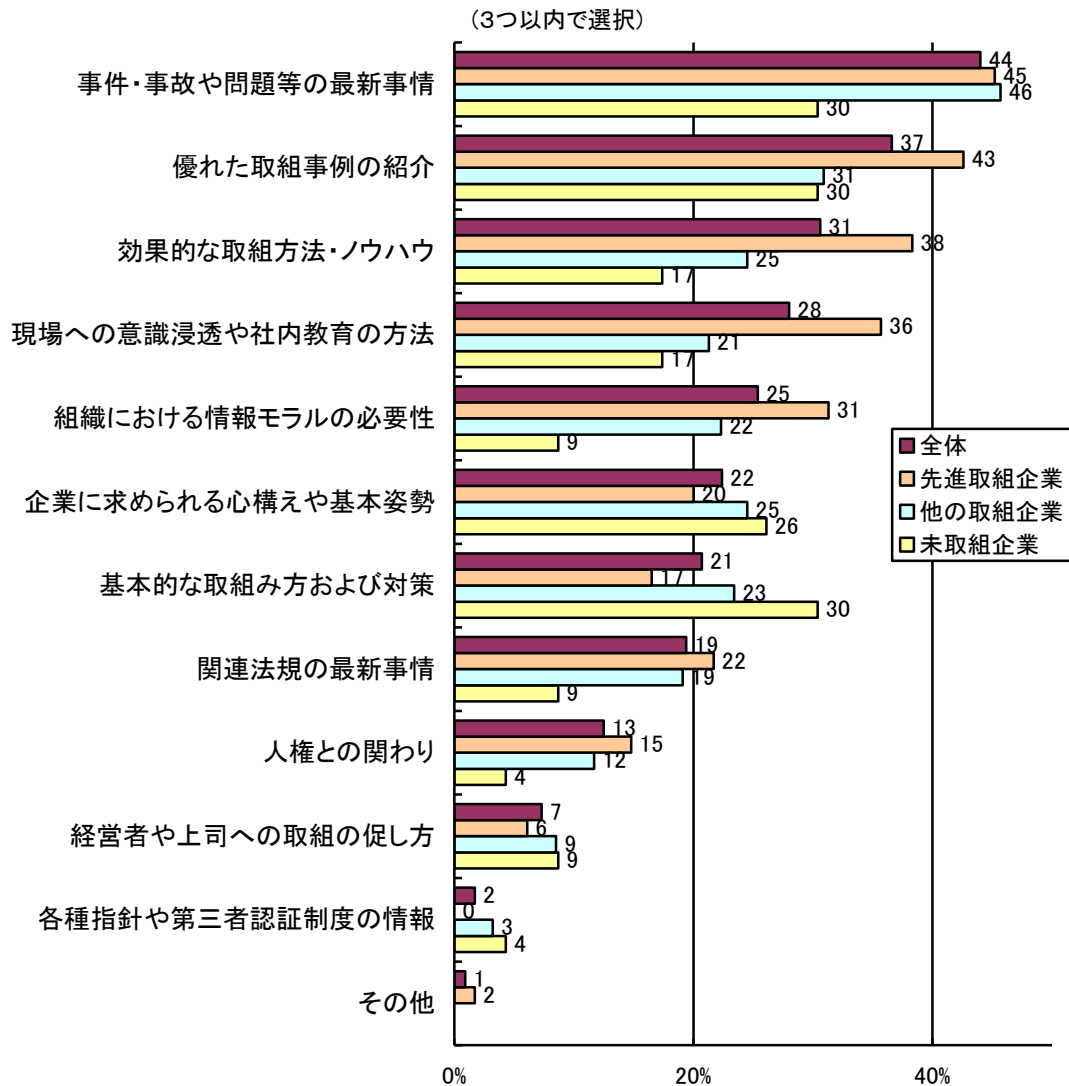
11. 情報モラル構築推進の課題、悩み

情報モラル構築推進の課題・悩みについては、「どの程度までやればいいのか分からない」との回答が 35%と、ずば抜けて多い。これに「有効であるかどうかの評価が分からない」(19%)「他社と比較してどの程度のレベルか分からない」(19%)「効果と比べて費用がかかりすぎる」(19%)「職場全体に必要性が浸透しない」(18%)がつづく。



12. 情報モラル推進活動に必要な情報支援ニーズ

情報モラルの推進活動に最も必要とされる情報は「事件・事故の最新事情」で、44%の企業が選択している。これにつづいて、「優れた取組事例の紹介」(37%)「効果的な取組方法・ノウハウ」(31%)「現場への意識浸透や社内教育の方法」(28%)など実践的なノウハウに結びつく情報ニーズが上位に並んだ。



13. 求められる取組推進の支援策

取組推進の支援策としては、「教材や資料の提供」を求める回答が 49%と最も多かった。また、「コンサルティング型の支援」「社内研修等への講師の派遣・紹介」「個別企業向けの小規模な勉強会」「一定期間後に同様のセミナー実施」についても、それぞれ 20%前後の要望があった。

