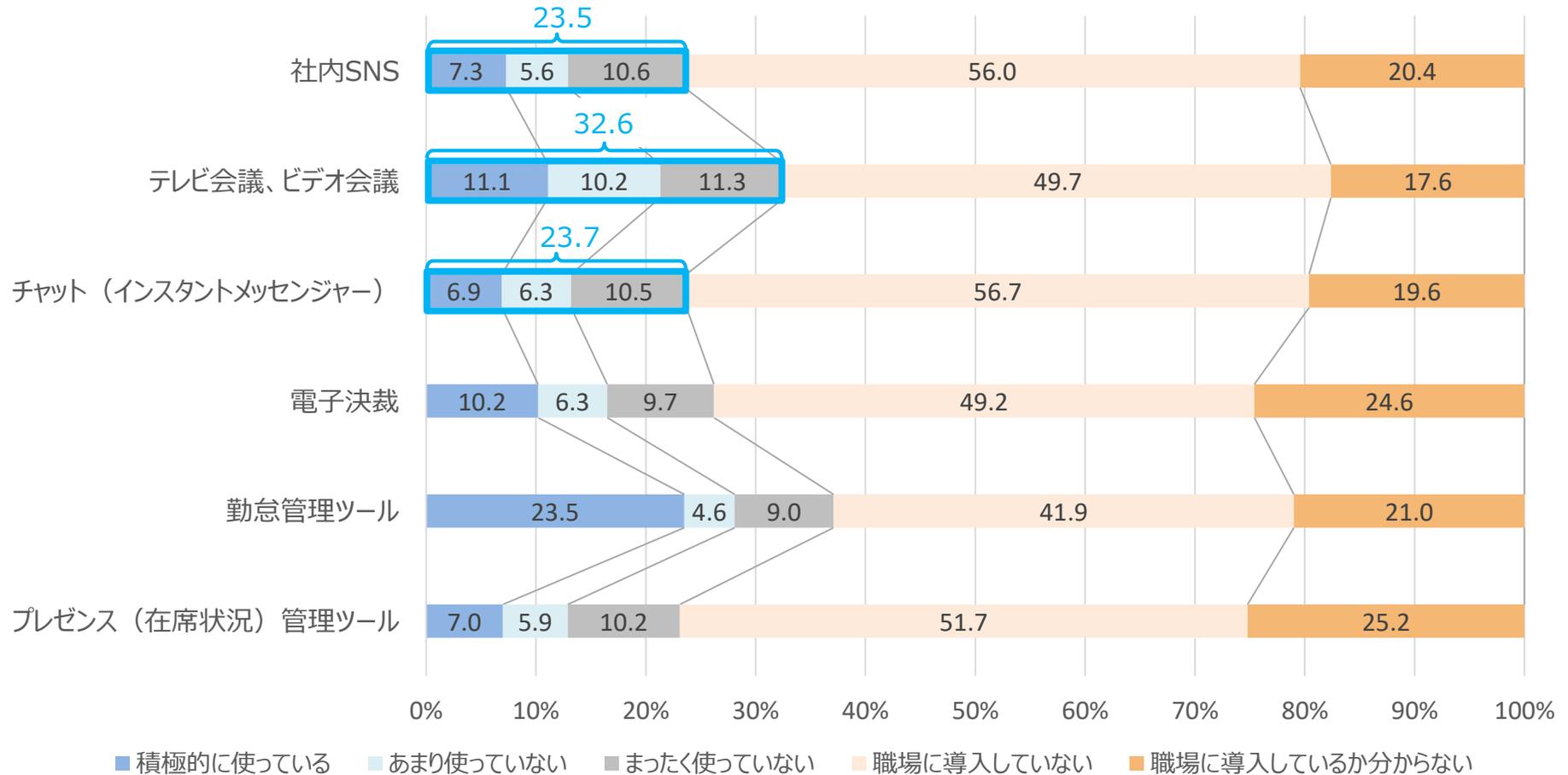


ビジネスICTツールの 導入・利用状況等について

ビジネスICTツールの導入・利用状況

- 就労者にビジネスICTツールの導入・利用状況を尋ねたアンケート調査において、「社内SNS」については23.5%、「テレビ会議、ビデオ会議」については32.6%、「チャット（インスタントメッセージ）」については23.7%が職場に導入している（※）と回答している。

（※）「積極的に使っている」、「あまり使っていない」、「まったく使っていない」のいずれかを回答した者の合計。



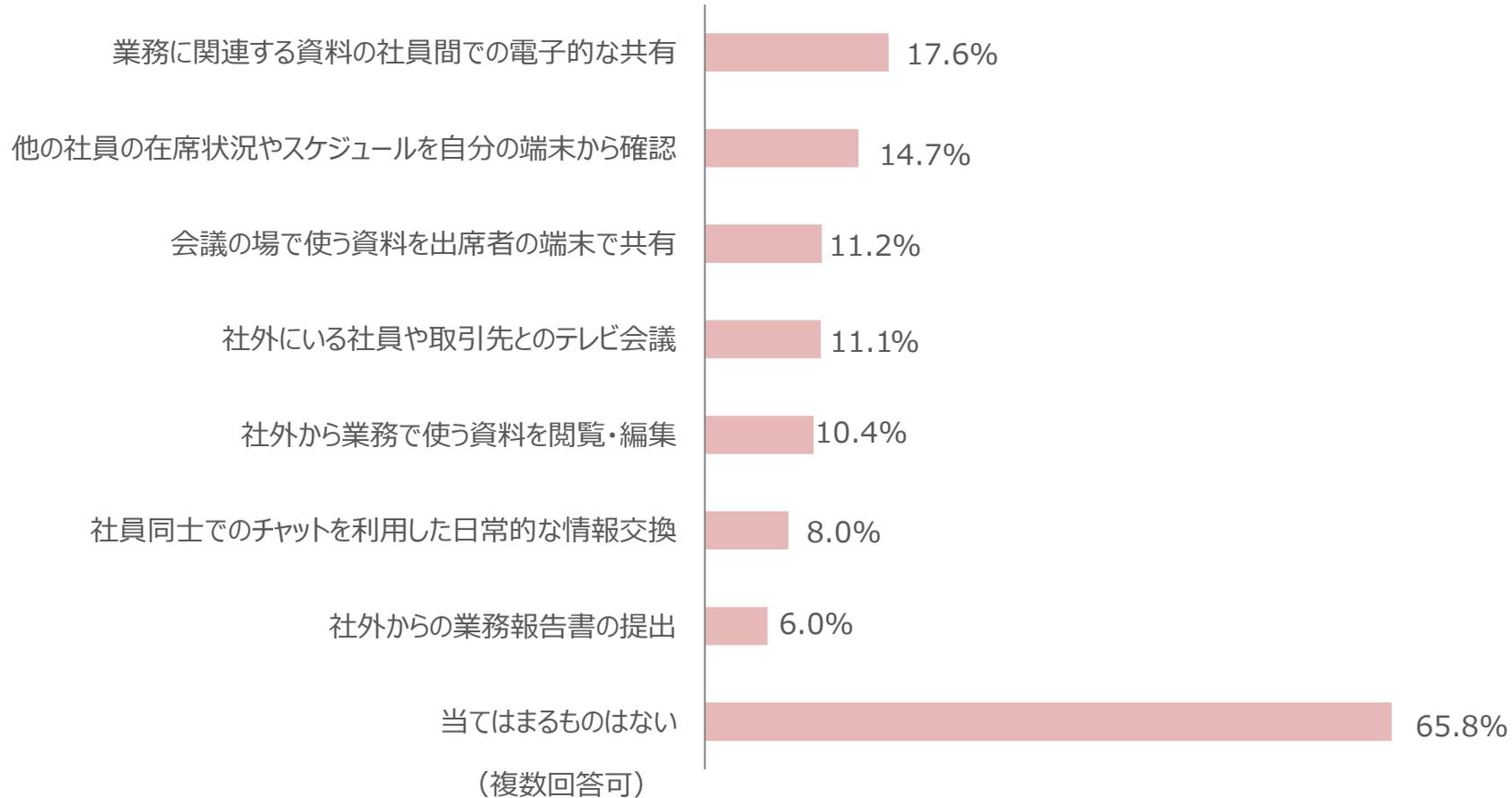
【資料出所】総務省 情報流通行政局 情報通信政策課 情報通信経済室（請負先：フューチャー株式会社）『ICTによるインクルージョンの実現に関する調査研究 報告書』（※）をもとに厚生労働省政策統括室にて作成。

（※）2018年。調査対象：一般消費者（20～79歳男女）（日本）、抽出方法：インターネットアンケート調査（アンケート調査会社が保有するアンケート回答モニターより、性年代区分ごとに均等に回収できるように抽出）、調査期間：2018年2月～3月、有効回答数：合計1,200人（日本）

注）学生、専業主婦、無職以外に質問した（n = 714人）。

ビジネスICTツールの利用方法

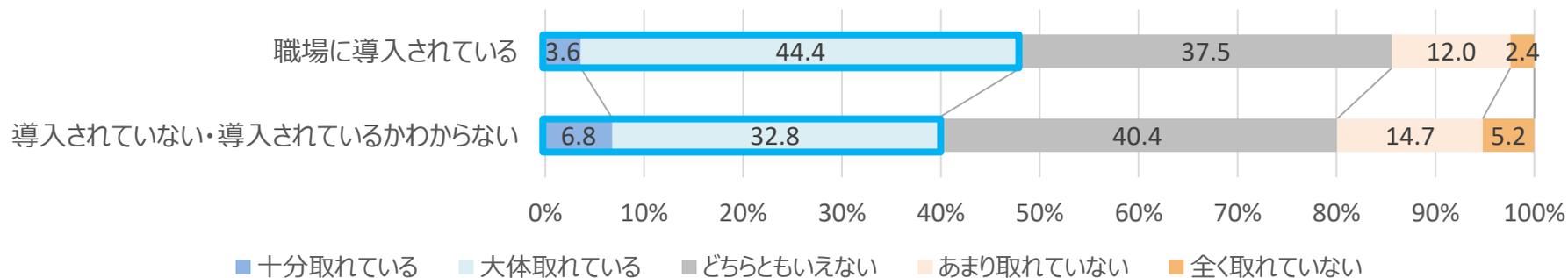
- 就労者に「業務において、ビジネスICTツールをどのような形で使っているか」を尋ねたアンケート調査において、「当てはまるものはない」という回答を除くと、「業務に関連する資料の社員間での電子的な共有」と回答した者の割合が17.6%と最も高い。



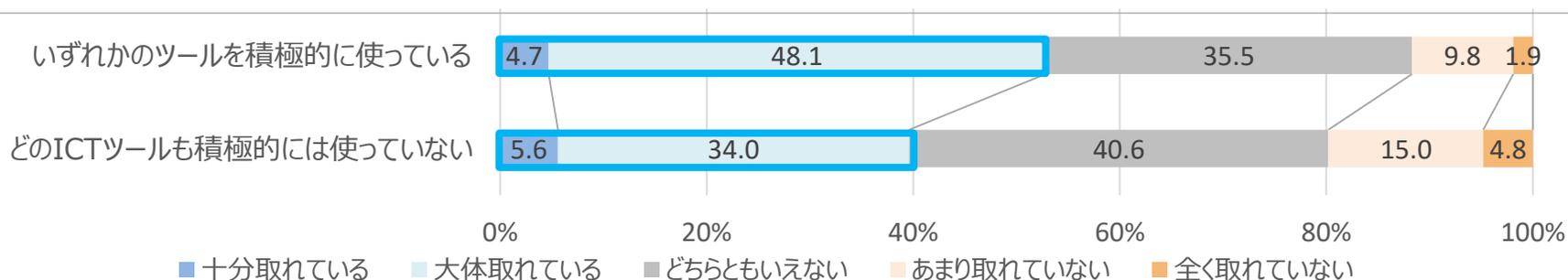
【資料出所】総務省 情報流通行政局 情報通信政策課 情報通信経済室 (請負先：フューチャー株式会社)『ICTによるインクルージョンの実現に関する調査研究 報告書』(※)をもとに厚生労働省政策統括室にて作成。
(※) 2018年。調査対象：一般消費者(20～79歳男女)(日本)、抽出方法：インターネットアンケート調査(アンケート調査会社が保有するアンケート回答モニターより、性年代区分ごとに均等に回収できるように抽出)、調査期間：2018年2月～3月、有効回答数：合計1,200人(日本)
注) 学生、専業主婦、無職以外に質問した(n=714人)。なお、ビジネスICTツールを「職場に導入していない」、「職場に導入しているか分からない」と回答した者に対しても質問している。

ビジネスICTツールの導入状況と社内コミュニケーションとの関係

- 就労者に「社内でのコミュニケーションはどの程度取れていると思うか」を尋ねたアンケート調査において、ビジネスICTツールが職場に導入されている回答者の方が、導入されていない又は導入されているかわからない回答者よりも、社内でのコミュニケーションが取れていると思っている人の割合が高い。



- 就労者に「社内でのコミュニケーションはどの程度取れていると思うか」を尋ねたアンケート調査において、いずれかのビジネスICTツールを積極的に使っている回答者の方が、積極的に使っていない回答者よりも、社内でのコミュニケーションが取れていると思っている人の割合が高い。



【資料出所】総務省 情報流通行政局 情報通信政策課 情報通信経済室 (請負先: フューチャー株式会社) 『ICTによるインクルージョンの実現に関する調査研究 報告書』 (※) をもとに厚生労働省政策統括室にて作成。
 (※) 2018年。調査対象: 一般消費者 (20~79歳男女) (日本)、抽出方法: インターネットアンケート調査 (アンケート調査会社が保有するアンケート回答モニターより、性年代区分ごとに均等に回収できるように抽出)、調査期間: 2018年2月~3月、有効回答数: 合計1,200人 (日本)
 注) ・学生、専業主婦、無職以外に質問した (n = 714人)。
 ・上図「十分取れている: 1」~「全く取れていない: 5」として、ウィルコクソンの順位和検定を行った結果、 $p = 0.0367$ であり、差は5%有意。
 ・下図「十分取れている: 1」~「全く取れていない: 5」として、ウィルコクソンの順位和検定を行った結果、 $p = 0.001$ であり、差は1%有意。