

報道関係各位

平成24年 7月26日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

コミュニケーションアプリを通じて 得意先の個人情報サーバー自動送信されるのは、84%が不安 BYODの浸透の中で「仕事でスマホを使うことを意識したアプリ選択が必要」75%

－「スマートフォンのBYOD利用に伴うコミュニケーションアプリに関する調査」－

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長兼CEO:五十嵐 幹)では、全国の20～59歳の男女で、プライベートで使用しているスマートフォンを業務で使うことがある2,000人に、「スマートフォンのBYOD利用に伴うコミュニケーションアプリに関する調査を実施いたしました。

■調査背景・目的

近年、個人の端末を企業内の業務で利用するBYOD(Bring Your Own Device)に、コスト面などにおいて企業からの関心が高まっています。パソコンと同等の機能を備え、どこでもネットワークに接続できるスマートフォンやタブレット端末が普及し、場所を問わずに業務が行えることから、BYODを奨励する企業も少なくありません。

BYOD利用者は、個人端末の業務利用とプライベート利用において、どのような意識を持って利用しているのでしょうか。

今回は、プライベートで使用しているスマートフォンでの、コミュニケーションアプリの使用実態や、アプリ使用に対する意識を調査しました。

■調査結果

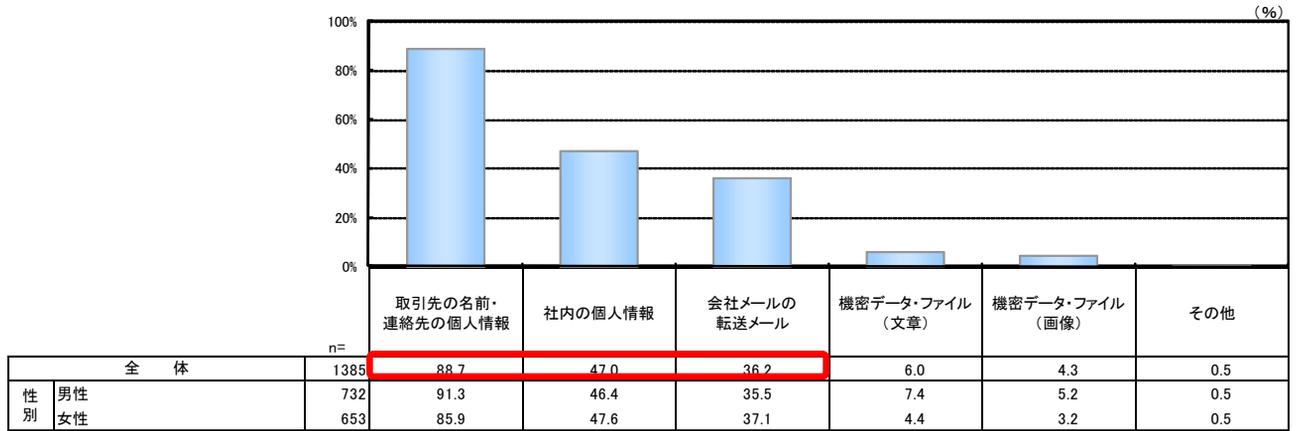
- ✓ プライベート用スマートフォンに、ビジネス上の情報を入れている者は69.3%。その情報内容は、「取引先の名前・連絡先の個人情報」(88.7%)が最も高く、「社内の個人情報」(47.0%)、「会社メールの転送メール」(36.2%)が続く。<図1-1.2>
- ✓ プライベート用スマートフォンで、コミュニケーションアプリを使用している者は66.2%。
男女共に、年代が低くなるほどコミュニケーションアプリの使用率が高く、女性20代では8割を超える。<図2>
- ✓ コミュニケーションアプリの中に、電話帳情報を自動的にサーバー送信する仕組みを持つアプリがあることを認知している者は47.2%。認知している者で、そのようなアプリを使用している者は51.4%。<図3-1.2>
- ✓ 電話帳情報を自動的にサーバー送信するコミュニケーションアプリについて、84.0%が得意先の個人情報を自動的にサーバーに送信することを、不安に感じている。<図4>
- ✓ 得意先の個人情報を自動的にサーバー送信する仕組みを持つアプリについて“不安を感じる”者は、「個人情報流出リスク」(88.5%)があることが理由。また、「何に使われるか知らないため怖い」(62.4%)ということも。<図5>
- ✓ コミュニケーションアプリを使用する際、仕事でもスマートフォンを使うことを意識して、アプリを選択する必要があると思う人は75.3%。<図6>

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ [http://www.cross-m.co.jp/report/report.html\\$/rid/11478/](http://www.cross-m.co.jp/report/report.html$/rid/11478/)

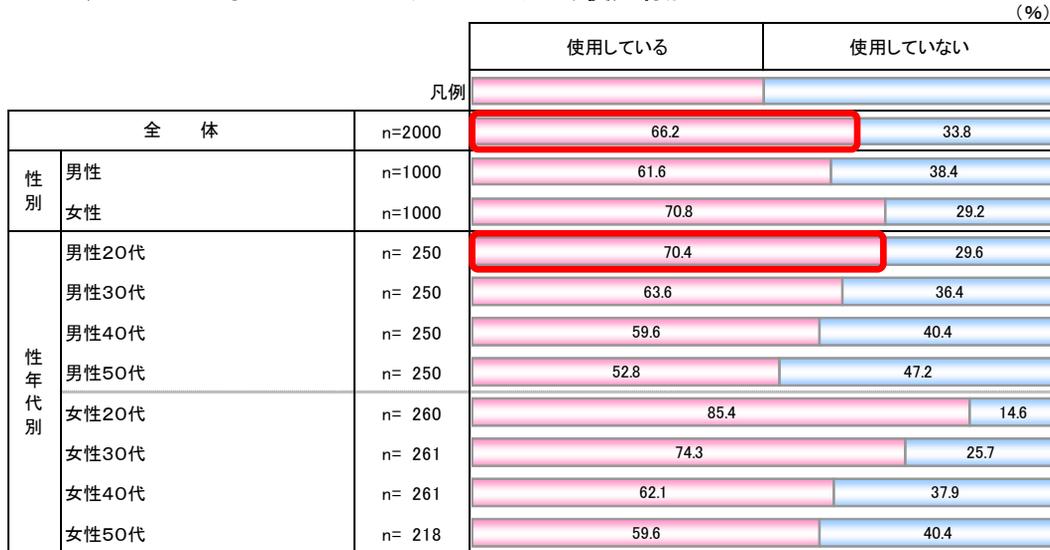
<図1-1> プライベート用スマートフォンに入っているビジネス上の情報有無

			(%)		
			入っている	入っていない	
凡例					
全 体			n=2000	69.3	30.8
性別	男性	n=1000	73.2	26.8	
	女性	n=1000	65.3	34.7	
性年代別	男性20代	n= 250	62.4	37.6	
	男性30代	n= 250	70.8	29.2	
	男性40代	n= 250	78.4	21.6	
	男性50代	n= 250	81.2	18.8	
	女性20代	n= 260	59.2	40.8	
	女性30代	n= 261	59.8	40.2	
	女性40代	n= 261	69.3	30.7	
	女性50代	n= 218	74.3	25.7	

〈図1-2〉プライベート用スマートフォンに入っているビジネス上の情報内容
(プライベート用スマートフォンにビジネス上の情報が入っている者ベース)



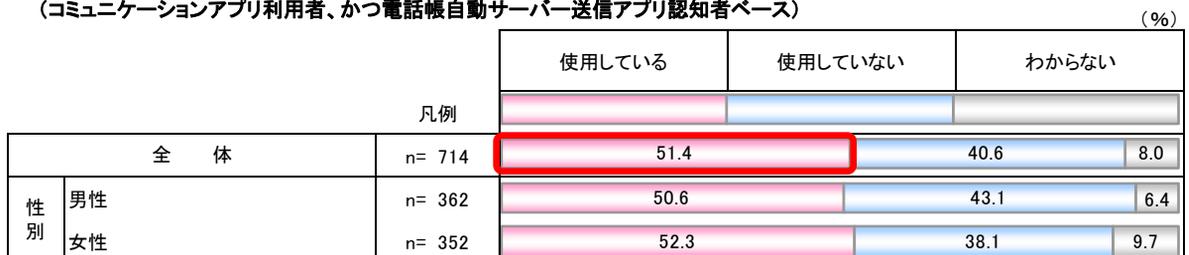
〈図2〉プライベート用スマートフォンでのコミュニケーションアプリ使用有無



〈図3-1〉電話帳情報を自動的にサーバー送信する仕組みを持つアプリの認知度



〈図3-2〉電話帳情報を自動的にサーバー送信する仕組みを持つアプリの使用状況
(コミュニケーションアプリ利用者、かつ電話帳自動サーバー送信アプリ認知者ベース)

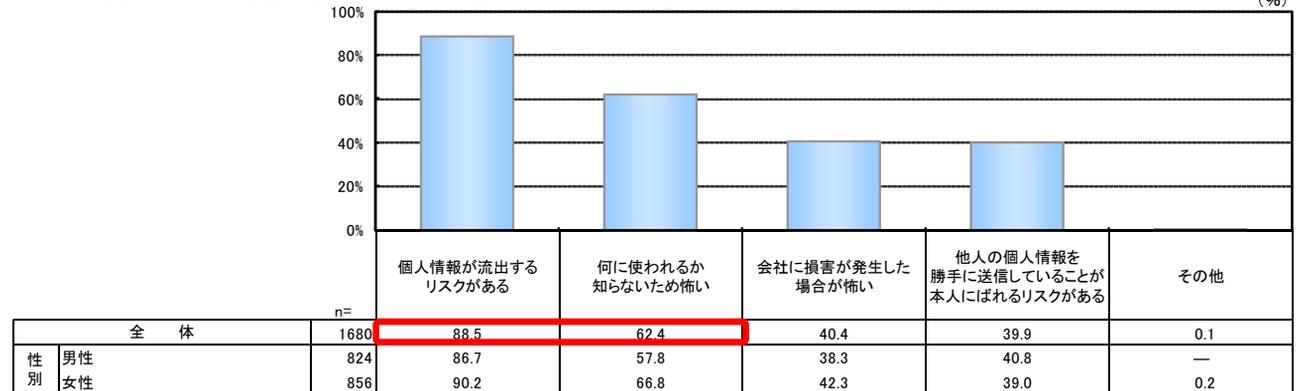


<図4> 得意先の個人情報自動的にサーバー送信する仕組みを持つアプリに対する考え

凡例		不安に思う・計		どちらとも いえない	不安に思わない・計		不安に 思う・計	不安に 思わない ・計
		非常に 不安に思う	不安に思う		不安に思わない	全く 不安に思わない		
		全体	n=2000	58.2	25.9	11.6		
性別	男性	n=1000	53.5	28.9	11.7	3.7	82.4	5.9
	女性	n=1000	62.8	22.8	11.5	1.9	85.6	2.9

<図5> 得意先の個人情報自動的にサーバー送信する仕組みを持つアプリが不安な理由

(得意先の個人情報を自動的にサーバーに送信してしまう仕組みをもつアプリについて、不安に思うものベース)



<図6> コミュニケーションアプリを使用する際のアプリ選択意識

凡例		必要だと思う・計		どちらとも いえない	必要だと思わない・計		必要だと 思う・計	必要だと 思わない ・計
		必要だと思う	やや 必要だと思う		あまり必要だと 思わない	必要だと思わない		
		全体	n=2000	41.1	34.2	16.2		
性別	男性	n=1000	42.5	33.5	15.8	4.9	76.0	8.2
	女性	n=1000	39.6	34.9	16.5	5.8	74.5	9.0

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
 調査対象 : 全国20～59歳の、プライベートで使用しているスマートフォンを仕事で使うことがある男女
 調査期間 : 2012年7月9日(月)～2012年7月11日(水)
 有効回答数 : 2,000サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 (東証マザーズ3629)
 所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : リサーチ事業、ITソリューション事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当: 大島 TEL : 03-3549-0328 FAX : 03-3549-0232
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

<<引用・転載時のクレジット表記のお願い>>

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると…」