

ビジネスパーソンのネットワーク・ニーズ調査結果について ～ ユビキタス時代に求められる個人のビジネスユース展望～

2003年3月13日

株式会社情報通信総合研究所

財団法人日本電信電話ユーザ協会

株式会社情報通信総合研究所と財団法人日本電信電話ユーザ協会は共同で、ビジネスパーソン（会社員、個人事業主など）を対象として、インターネットを使ったアンケート調査を実施しました。その結果、ネットワーク環境のユビキタス化、個人主体型の利用形態が指向される中で、今後は個人単位の柔軟なサービス提供形態が望まれていることがわかりました。

以下は調査結果の主なポイントです。

1. ビジネス目的のネットワーク利用状況と新たなニーズ

自宅回線は4分の3がブロードバンドだが、より広範囲のシームレスなブロードバンド環境を希望

自宅回線のブロードバンド化によりアクセス環境が充実すると、それゆえに職場のネットワークへのリモートアクセスに対する不満が高まる。外出中はノートPCを使ったモバイルインターネットへの接続に不満が見られ、それがホットスポットに対する補完的なニーズにつながっている。多彩な利用シーンをまたがるシームレスなアクセス環境が求められている。

2. ビジネスコミュニケーションのスタイルとツールの選択

ビジネスコミュニケーションは個人主体型に～利用環境はユビキタス、利用形態はP2P

「グループウェア」の利用率は5割に達するが、職場だけでなく自宅でも利用したいと希望している。また3割が「インスタントメッセージ」「チャット」を使ったP2P型のダイレクトなコミュニケーションを行っており、今後は職場、自宅、外出中と場所を問わず利用したいと希望している。

映像コンテンツによる情報共有がコラボレーション効果を高める

グループウェアによるコラボレーション、P2P型のダイレクトなやりとりは、「いつでもどこでも利用できる」ユビキタス的なメリットが評価されていることに加えて、映像を伴うコンテンツによる情報共有化により、コラボレーションやコミュニケーション効果が高まると期待されている。

3. ビジネス系サービスの利用動向と今後のサービスニーズ

ブロードバンド環境の広がりがビジネス系サービスの利用機会を拡大させる

ビジネス系サービスは職場での利用経験を踏まえて自宅での利用が促進される。自宅と職場両方のブロードバンド環境が併行して進むことによってビジネス系サービスの利用機会が拡大する。それに伴いビジネスとプライベートが融合した利用形態が進む。

ワークスタイルによって異なる理想のサービス利用環境

～ モバイル型は分散環境のシームレス化、固定型は同一のコミュニケーション環境

85%が安全なリモートアクセスの実現を希望しているほか、外出中のネット利用が多いモバイル型の人を中心に、異なる環境（端末・ネットワーク）同士をシームレス化することに対する期待が高い。

一方、在宅型で仕事をする人は、IP電話を職場と自宅で共通して使えるなど複数の仕事場で同一のコミュニケーション環境を希望している。そのような同一環境の上で、ビジネス相手との映像と音声を組み合わせたコミュニケーションの充実が望まれている。

調査概要

- ・調査名：ビジネスパーソンのネットワークニーズ調査
- ・調査方法：ウェブ・アンケート調査
NTT-Xが提供するインターネット・アンケート・サービス「goo-Research」
のビジネスモニターを対象に実施
併せて、回答者の中から選抜して個別インタビュー調査を実施
- ・調査期間：2002年11月5～7日
- ・有効回答数：3358サンプル

調査レポート（詳細版）の販売について

本調査結果をまとめた詳細版レポートを下記の通り販売いたします。

* レポート名：

ビジネスパーソンのネットワークニーズ調査
～ユビキタス時代に求められる個人のビジネスユース展望～

* 主な内容：

- ・ビジネスパーソンの特性
- ・インターネット・アンケート調査結果
- ・集計表
- ・個別インタビュー調査結果

* 体裁：A4判 174ページ 簡易製本

* 金額：18,000円（送料、消費税別）

* 申込開始日：2003年3月13日

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社情報通信総合研究所
情報流通ビジネス研究グループ
宮下 啓子

TEL：03(3663)7547

FAX：03(3663)7660

E-mail：miyashita@icr.co.jp

「ビジネスパーソンのネットワークニーズ調査レポート」

御申込書

送信先：（株）情報通信総合研究所 情報流通ビジネス研究グループ 宮下 啓子

FAX：03(3663)7660

[お問い合わせ] TEL：03(3663)7547

e-mail：miyashita@icr.co.jp

お申し込み冊数	
冊	
貴社名	
貴部署名	
貴役職名	担当者名
ご住所 〒 -	
電話番号 () -	FAX番号 () -
e-mail	

[請求書の送付先] 上記と異なる場合、ご記入願います

貴部署名	
貴役職名	ご担当者名
ご住所 〒 -	

ビジネスパーソンのネットワークニーズ調査レポート
～ユビキタス時代に求められる個人のビジネスユースの展望～

2003年3月13日発売

A4判 174ページ

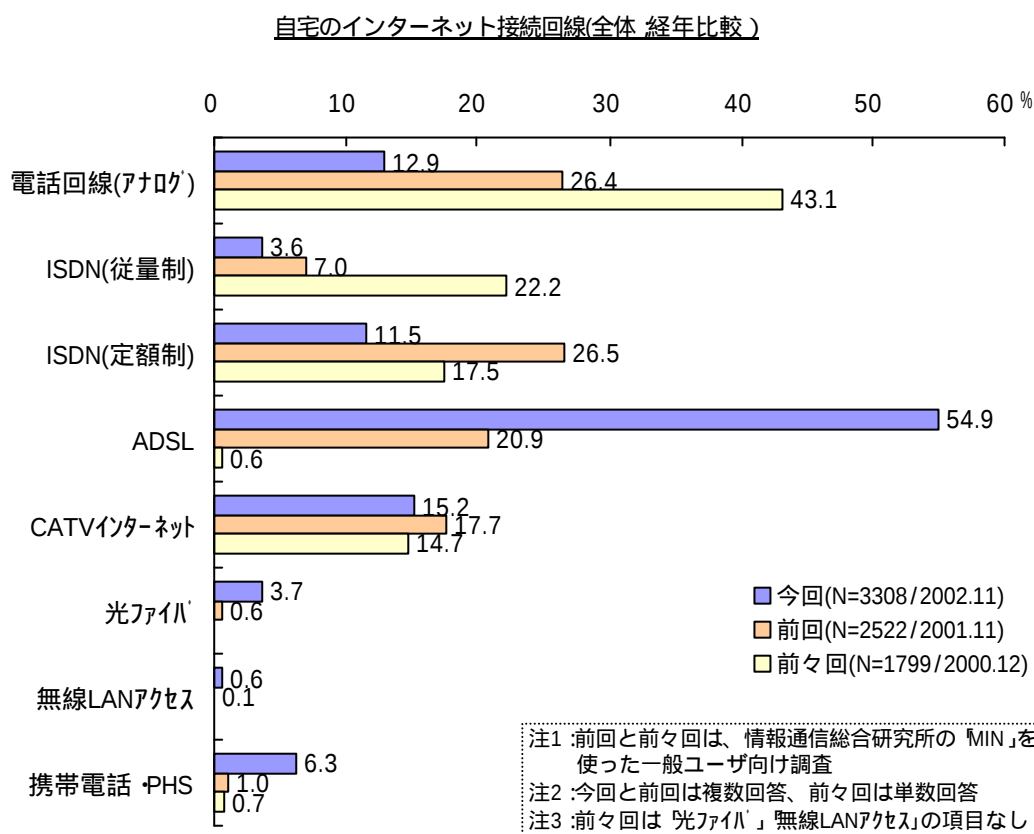
価格：本体18,000円+送料(いずれも外税)

1. ビジネス目的のネットワークの利用状況と新たなニーズ

■ 自宅回線は4分の3がブロードバンド化

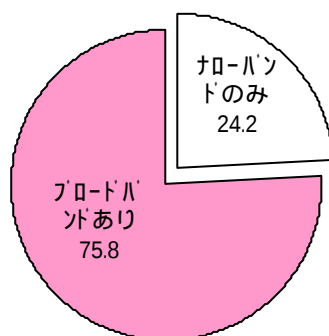
自宅回線のブロードバンド化が急速に進んでいる。ADSLが過半数に達し、光ファイバも4%と1年前に比べて伸びが認められる(グラフ1)など、ブロードバンドユーザ(ADSL、CATVインターネット、光ファイバ、無線LANアクセスのいずれかを利用)が全体の4分の3を占める(グラフ2)。

グラフ1



グラフ2

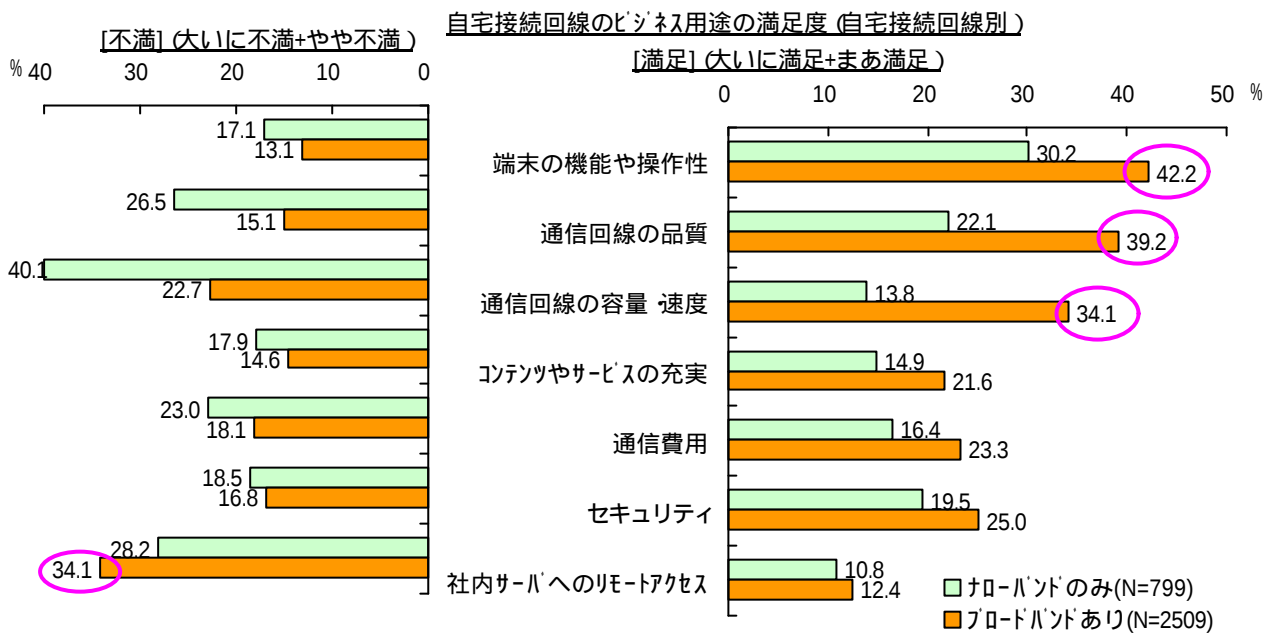
自宅のインターネット接続回線(N=3308)



ナローバンドのみ : 電話回線、ISDN(従量制/定額制)のいずれかのみ
 ブロードバンドあり : ADSL、CATVインターネット、光ファイバ、無線LANアクセスのいずれかを利用

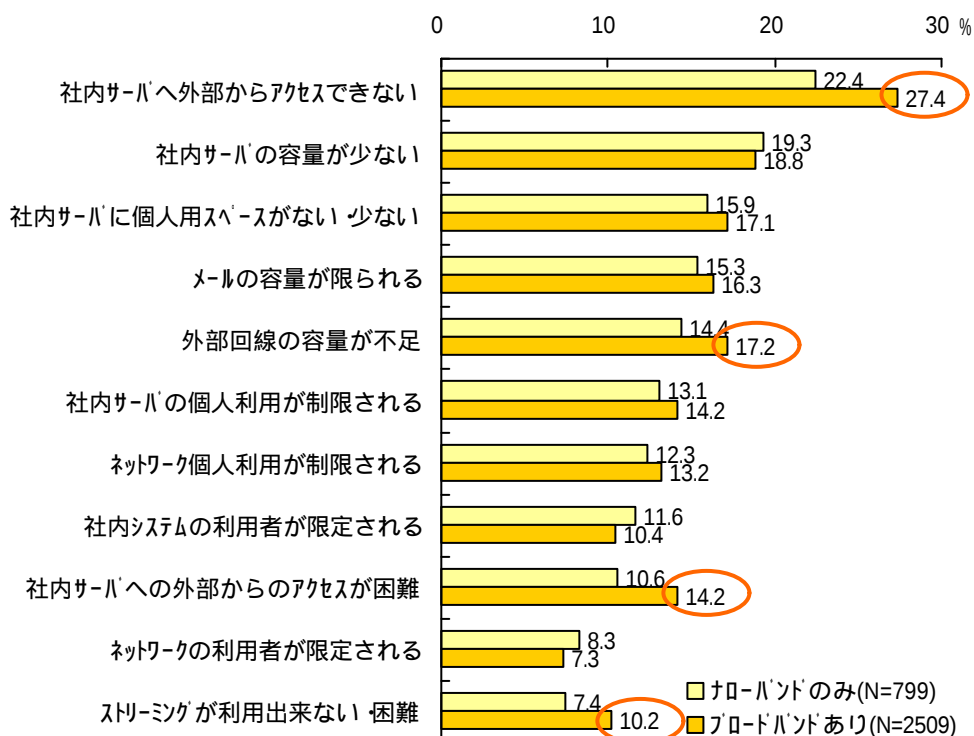
■ブロードバンド化による自宅での満足度向上が職場のネット環境への不満につながる
ブロードバンドユーザは自宅の接続環境に対する満足度は高まるが、アクセスが容易になったがゆえに、勤務先の社内サーバへのリモートアクセスが容易でないことに対する不満が強まっている（グラフ3）。これは職場のネットワーク環境に対する不満にもつながり、外部からのアクセスが制限されることやブロードバンド環境が十分でないことに対する不満が見られる（グラフ4）。

グラフ3



グラフ4

職場システム利用上の問題点(自宅接続回線別)

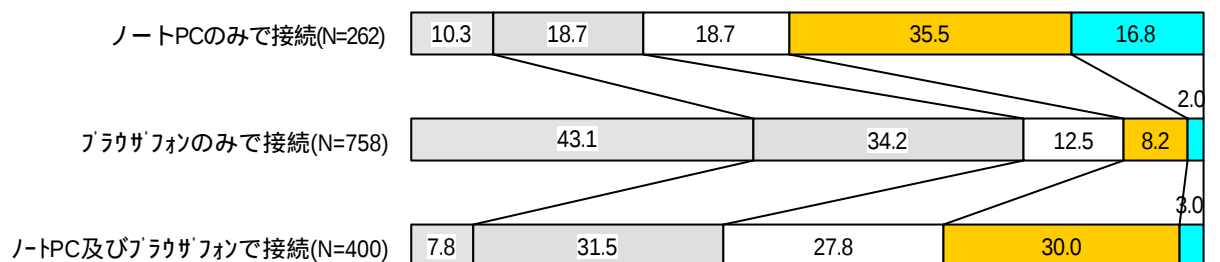


■ ノートPCによるモバイルインターネットのビジネス利用に不満

外出中のビジネス用のネットワーク接続端末はノートPCが中心であるが（グラフ5）、現在のモバイルインターネットには、品質面（通信品質、容量・速度）や社内サーバへのリモートアクセスに関する不満が高い（グラフ6）。

グラフ5

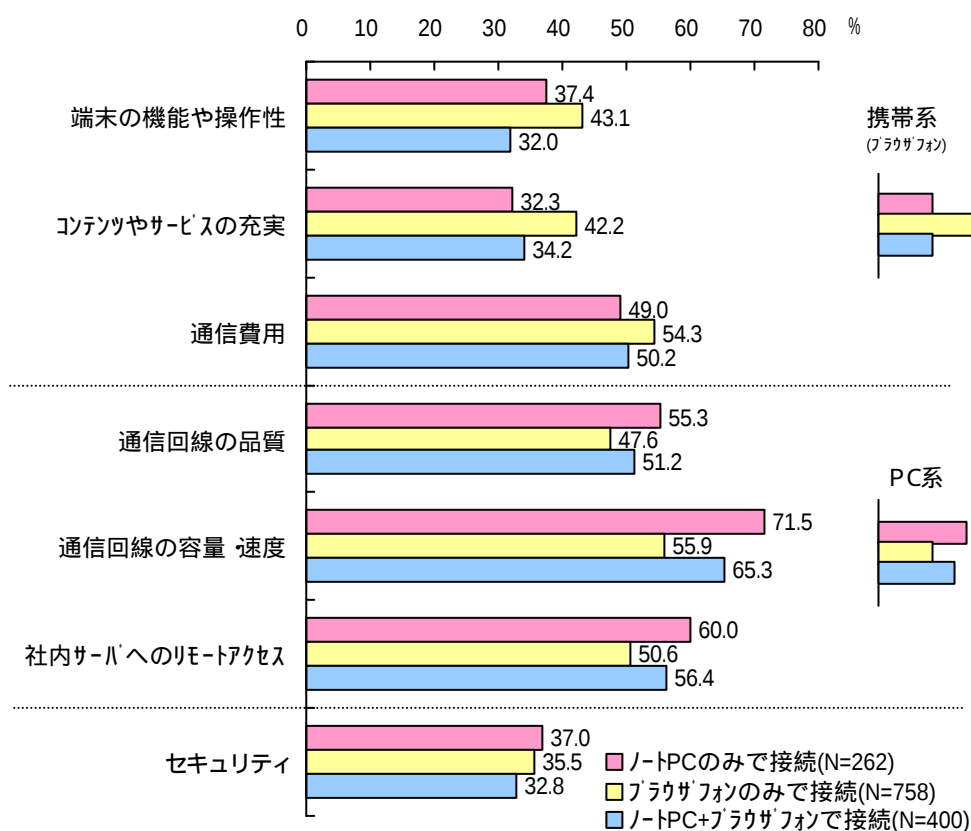
外出中のインターネット用途(接続端末別)



□プライベートのみ □プライベートの方が多 □ビジネス・プライベート半々 ■ビジネスの方が多 ■ビジネスのみ

グラフ6

外出中のビジネス用インターネット利用満足度[やや+大いに不満]
(接続端末別)

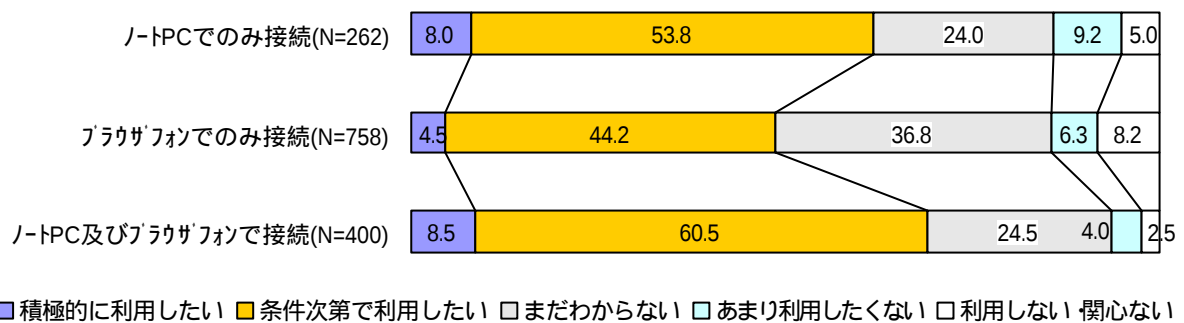


■ モバイルインターネットを補完する固定無線によるブロードバンドアクセスへの期待

ノートPCで接続している人はホットスポットを今後「積極的に利用したい」との意向が比較的高い（グラフ7）。ホットスポットの利用意向と現在のモバイルインターネットに対する不満の相関性を見ると、「通信品質・容量」「社内サーバへのリモートアクセス」という現在の不満（グラフ6）との相関性が高く、ホットスポットの固定網による安定したブロードバンド環境で機能補完したいとの意向が見られる（グラフ8）。

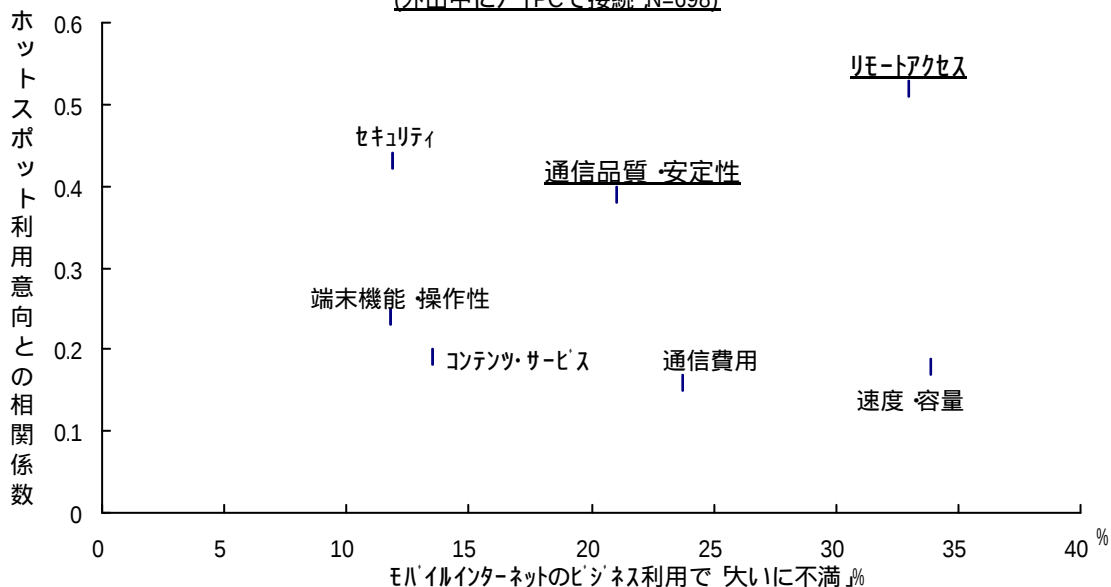
グラフ7

ホットスポットの利用意向(外出中の接続端末別)



グラフ8

ホットスポットの利用意向とモバイルインターネットのビジネス利用の満足度の相関
(外出中にノートPCで接続 N=698)



2. ビジネスコミュニケーションのスタイルとツールの選択

■個人の主体性が高まるビジネスコミュニケーション

～利用環境のユビキタス化とP2P型のダイレクトな利用形態

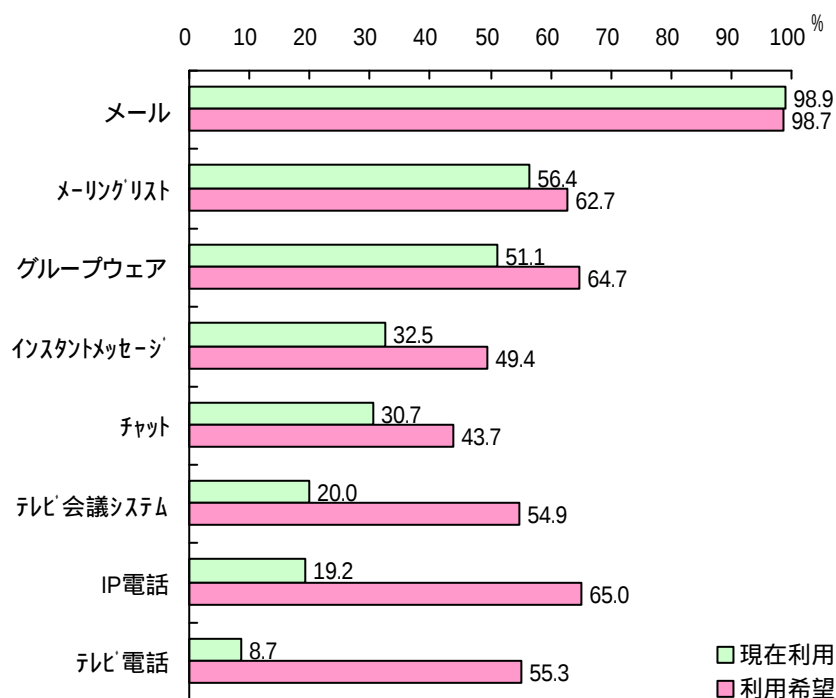
ビジネスコミュニケーションのツールとしては、メールを除くと利用率が5割を超えるのは「メーリングリスト」と「グループウェア」(グラフ9)。「グループウェア」は職場での利用に集中しているが、「メーリングリスト」や3割が利用している「インスタントメッセージ」「チャット」は自宅の方が利用率が高く、職場以外でのコミュニケーションに活用されている(グラフ10)。

今後の意向を見ると、「グループウェア」並びに電話系ツール(「テレビ電話」「IP電話」)は、職場だけでなく自宅でも利用したいとの意向が見られ、「インスタントメッセージ」「チャット」を使ったP2P型のダイレクトなやりとりを職場、自宅、外出中と場所を問わずいつでもどこでも利用したいとの希望が見られる(グラフ11)。

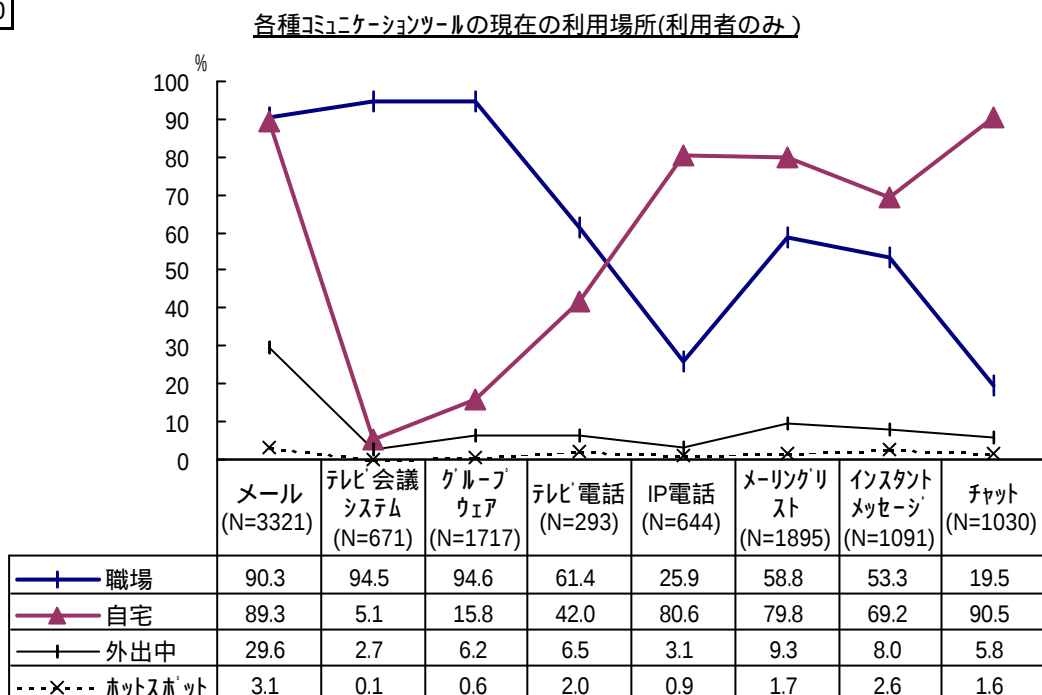
このような利用環境の広がり(ユビキタス化)と「インスタントメッセージ」「チャット」などによるP2P型のダイレクトなやりとりは、ビジネスコミュニケーションにおける個人の主体性の高まりを表わしている。

グラフ9

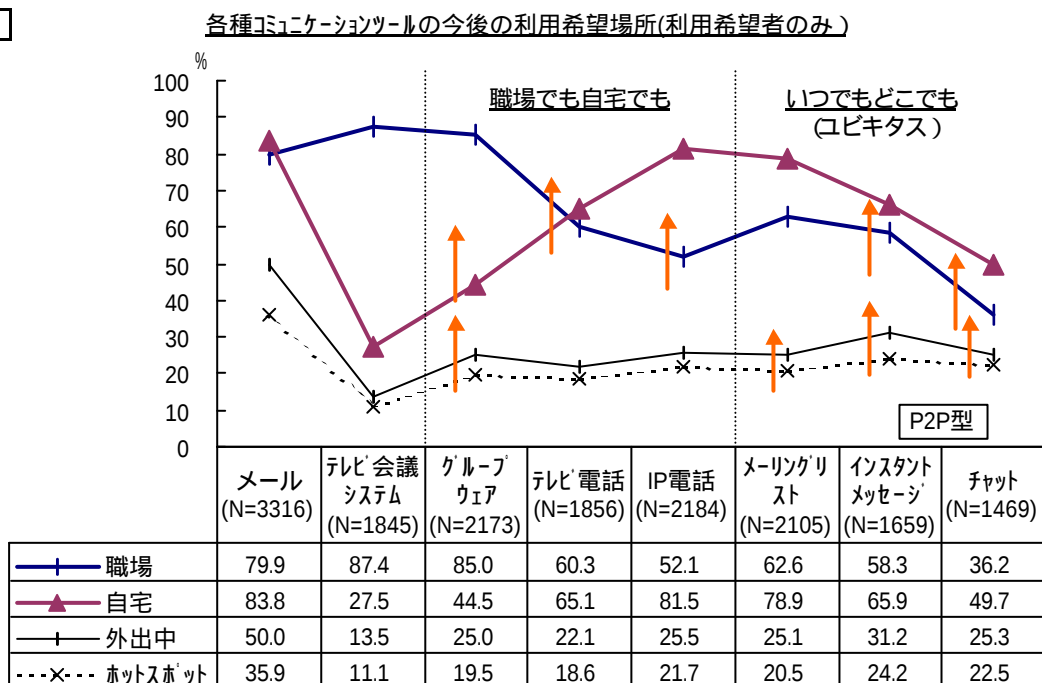
各種コミュニケーションツールの利用 現在と今後 (N=3358) MA



グラフ 10



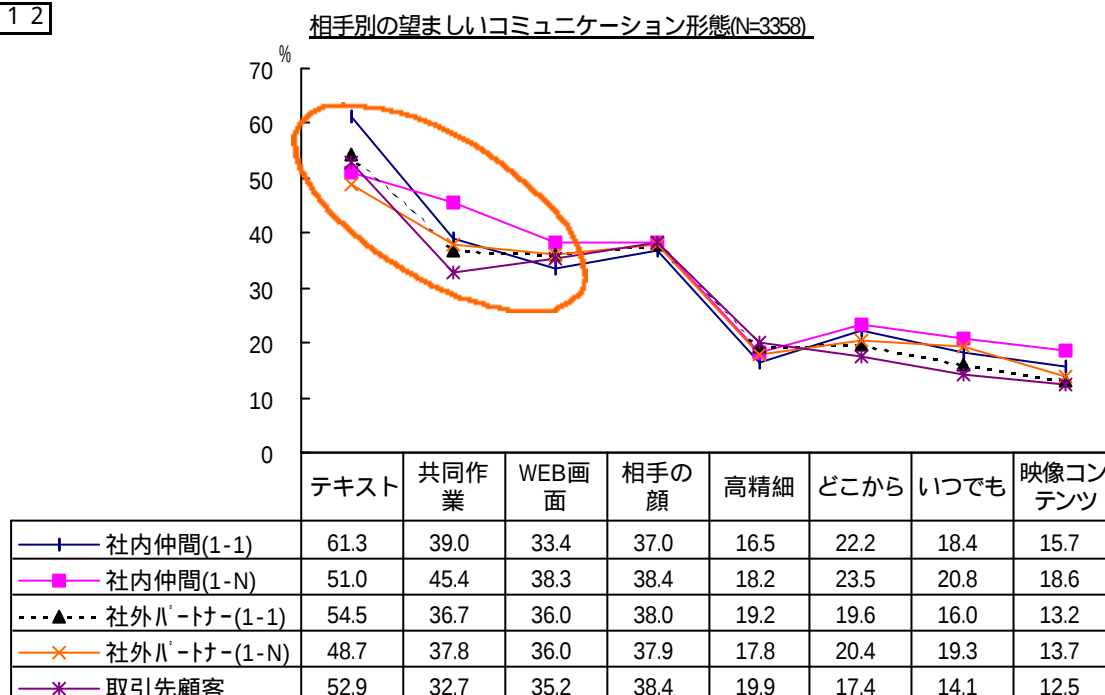
グラフ 11



■ 映像と音声を組み合わせたインタラクティブなコラボレーションを希望
～ ユビキタス環境の実現と媒介となる映像コンテンツの活用がカギ

ビジネスコミュニケーションの実施効果を高めるためには、単に高精細な映像を送りあう（「相手の顔や周囲の映像」「高精細でリアルな映像」）だけでなく、映像・画像データと音声を組み合わせたインタラクティブなコラボレーション（「テキストやデータのやりとり」「WEB上の画像・映像」「同一画面を共有した共同作業」）が重視されている（グラフ12）。

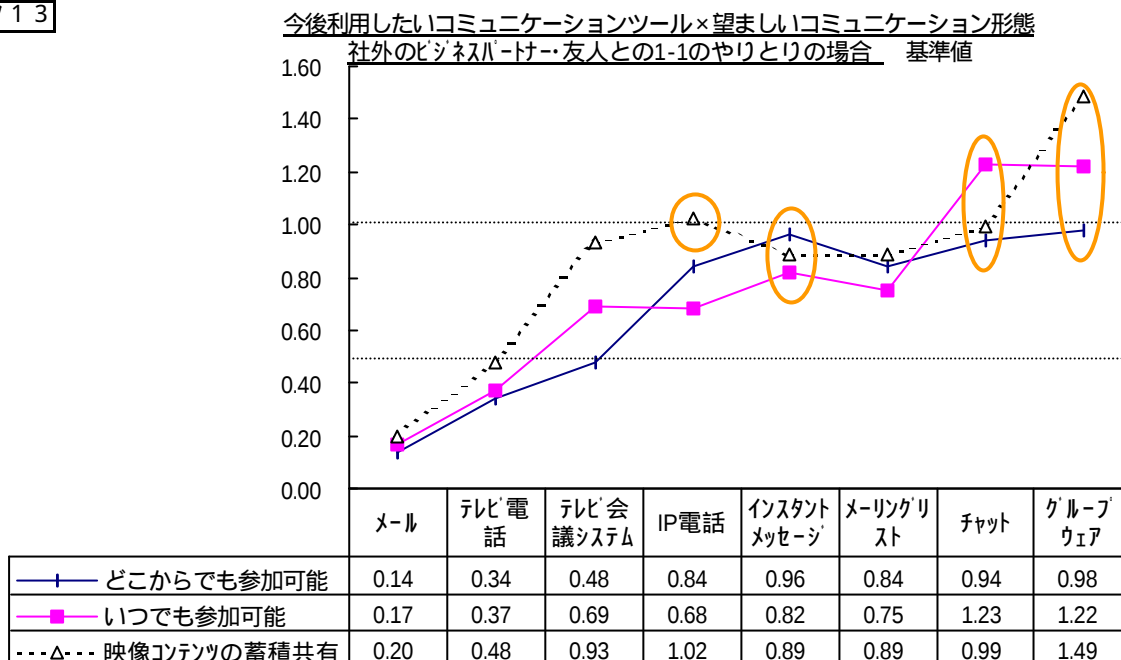
グラフ12



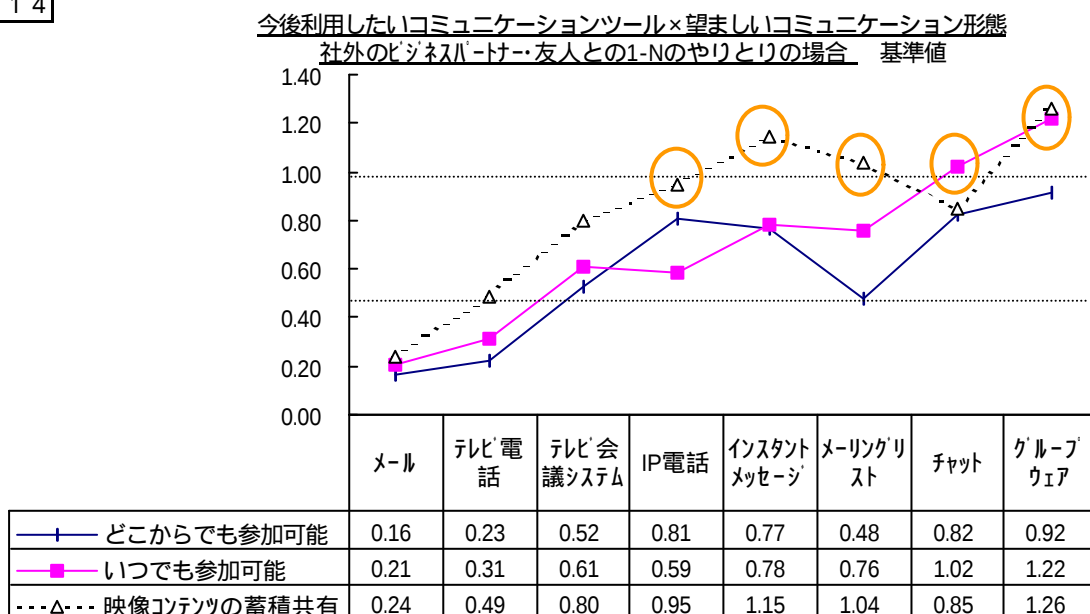
テキストやデータをやりとりしながら通話
同一画面を相手と共有し、通話しながら共同作業
WEB上の画像・映像を相互に見ながら通話
相手の顔や周囲の映像を相互に見ながら通話
現物に近い高精細でリアルな映像のやりとり
端末や場所を問わずどこからでも参加・利用
都合にあわせていつでも参加・利用（時間差、オンデマンド）
映像含む大容量データ（映像コンテンツ）の蓄積、共有

上記のコミュニケーション機能とコミュニケーションツールの関係をコミュニケーションの相手別に見てみると、社外のビジネスパートナーや仕事上の友人など親しい相手との間では、インスタントメッセージ、チャット、グループウェア、IP電話といった今後より広範囲に活用したいと希望しているコミュニケーションツール（グラフ11）において、「いつでもどこでも利用できる」というユビキタス的な利便性の提供と、「映像含む大容量データ（映像コンテンツ）の蓄積、共有」といったブロードバンド・コンテンツによる情報共有が求められている（グラフ13、14）。

グラフ 1 3



グラフ 1 4



グラフ 1 3 グラフ 1 4 の見方：各コミュニケーションツールの利用意向を平均値とし、希望するコミュニケーションスタイルとのクロス値を平均値 = 1 とする基準値に変換することによって、コミュニケーションスタイルとツールのどの組み合わせが最もニーズが高いか、全体を通じて相互比較できるようにした。（値が高いほどニーズが高い）

3. ビジネス系サービスの利用動向と今後のサービスニーズ

■ブロードバンド環境の広がりに伴いビジネス系サービスの利用機会も拡大

インターネットを使った各種サービスの職場と自宅の利用率をあわせてみると、次の3つのジャンルに分かれる（グラフ15）。

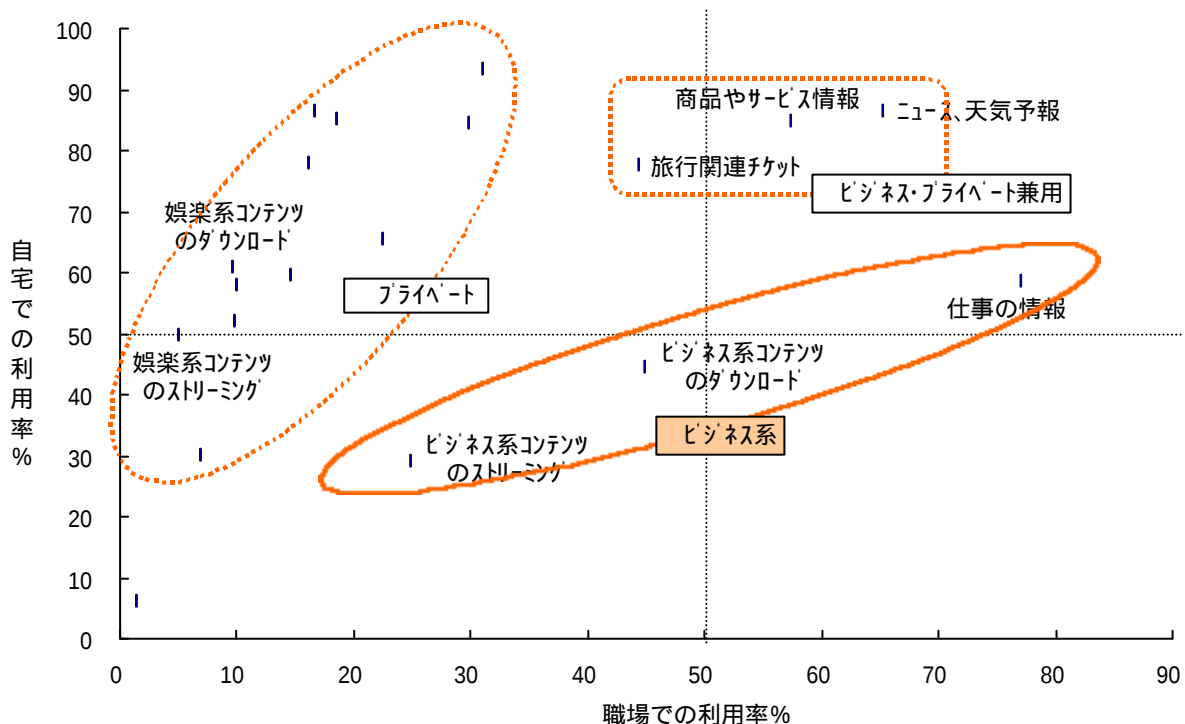
娯楽や家庭生活に関するものなど「プライベート系」は自宅での利用が中心

旅行関連、ニュース・天気予報、商品・サービス情報など「ビジネスとプライベート共通（兼用）」は自宅での利用が多いが職場でも利用されている

仕事情報、ビジネス系コンテンツなど「ビジネス系」は職場の利用が多い

グラフ15

各種インターネットサービスの利用場所[職場と自宅](N=3358)



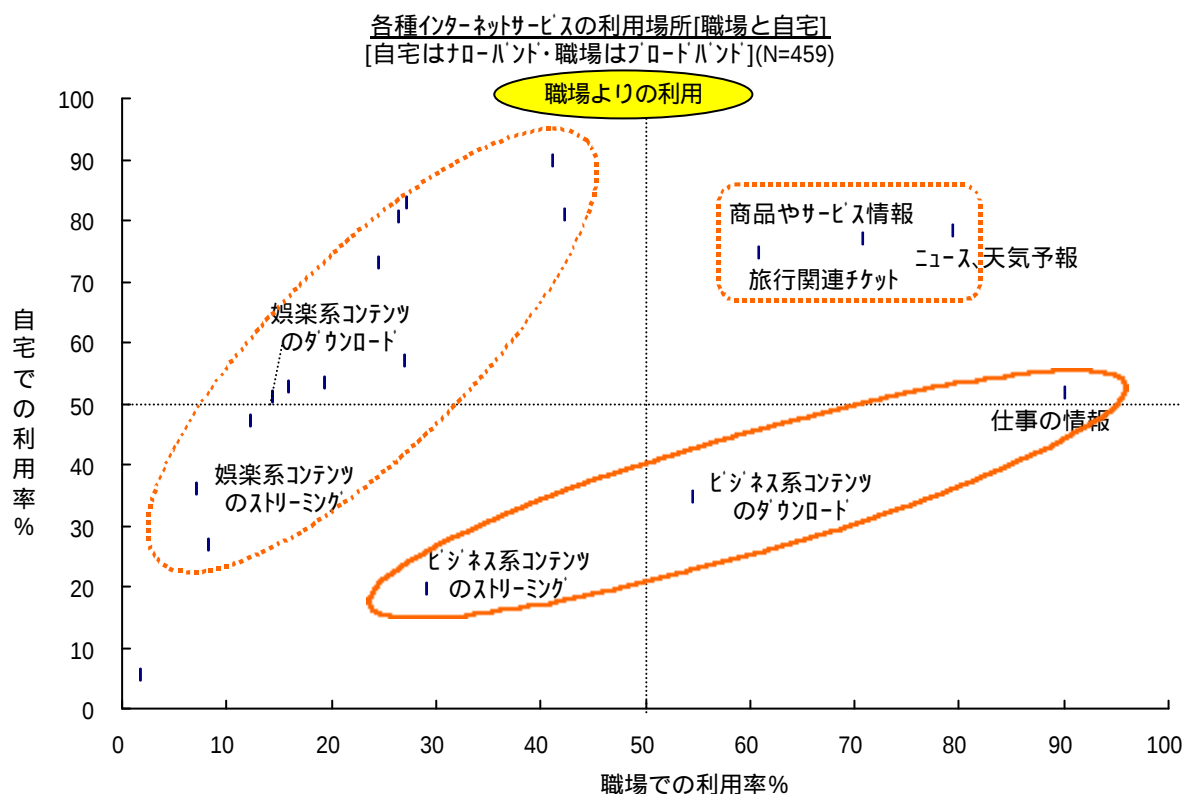
これを自宅と職場のネットワーク環境の違い（ブロードバンドかナローバンドか）別に見ると、どちらか一方だけブロードバンド環境の場合は、ビジネス系もプライベート系もブロードバンド環境での利用に偏る傾向が見られる（グラフ16、17）が、自宅も職場もブロードバンド環境の場合は、自宅におけるビジネス系の利用が高まると同時に職場におけるビジネスとプライベート兼用の利用が多くなっている（グラフ18）。

以上のようにブロードバンド環境の広がりに伴い、コンテンツやサービスの利用におけるビジネスとプライベートの融合が進む中で、自宅においては娯楽などのプライベート系だけでなくビジネス系の利用が促進されている。

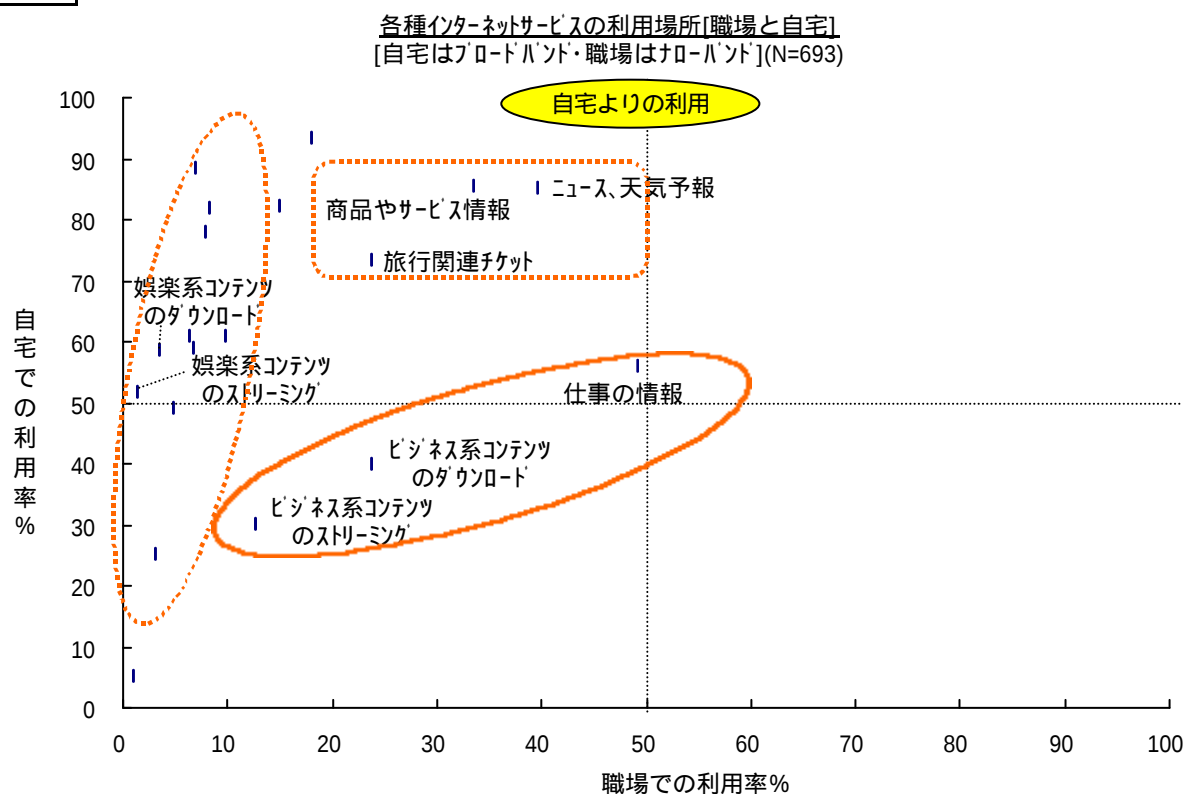
ブロードバンドとナローバンドの定義

	自宅	職場
ブロードバンド	CATVインターネット、ADSL、光ファイバ、無線LANアクセスのいずれか	CATVインターネット、ADSL、光ファイバ、無線LANアクセス、専用線、低価格のIP専用線接続のいずれか
ナローバンド	電話回線、ISDN(従量制/定額制)のいずれか	

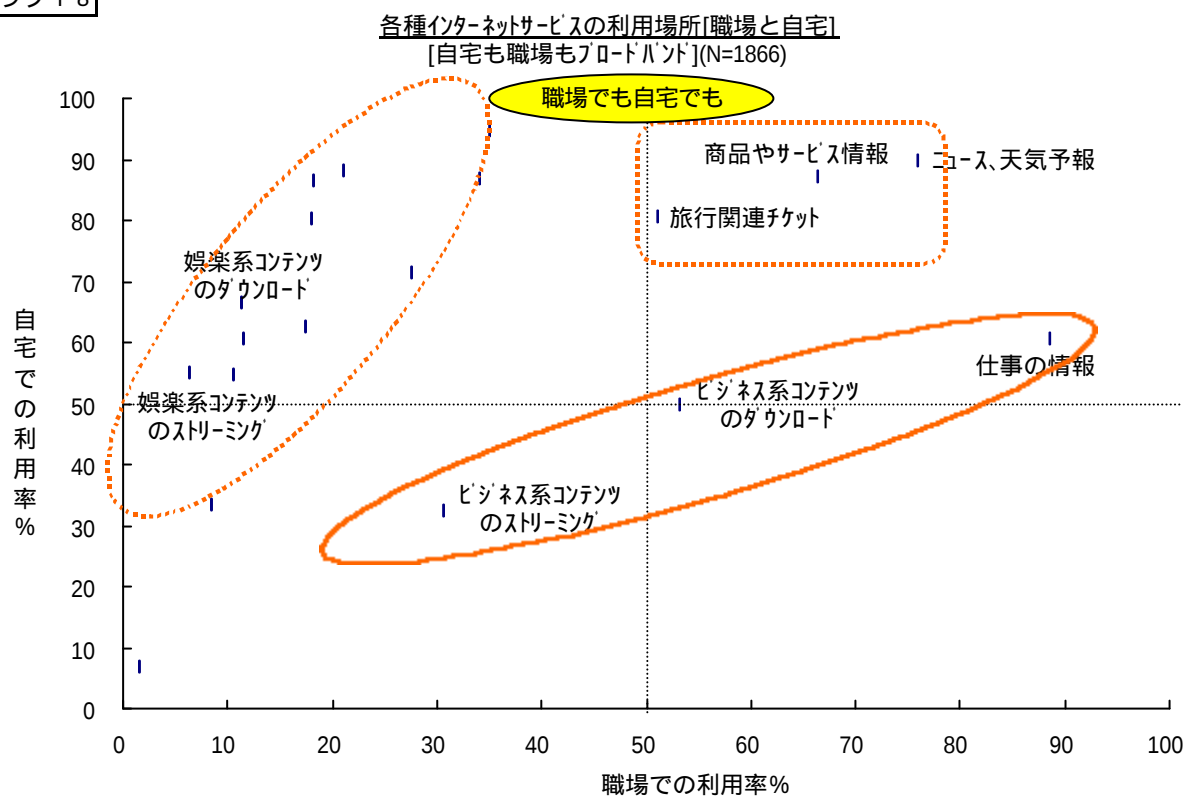
グラフ16



グラフ17



グラフ 18



■ ワークスタイルの違いを反映した理想のサービス利用環境

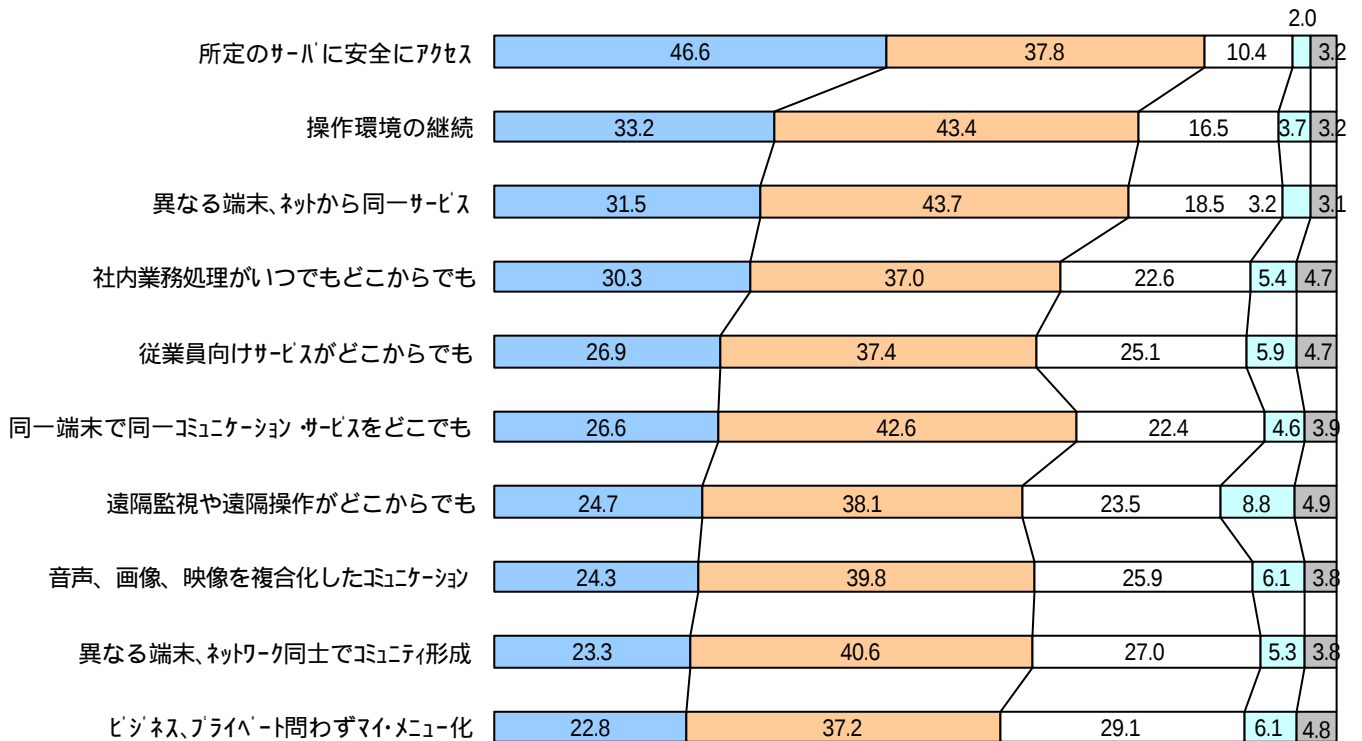
～ モバイル型は分散環境のシームレス化、固定型は同一のコミュニケーション環境

ビジネスとプライベートの融合や利用シーンの広がりニーズに対応した、複数の利用シーンや利用内容を統合したサービスに対する利用意向を確認した（グラフ19）。

全体的には自宅や外出中におけるリモートアクセスの問題（グラフ3、4、6）を反映して、「所定のサーバにいつでもどこでも安全にアクセスできる」の期待感が最も高く、「非常に期待」「ある程度期待」をあわせて85%に達する。「操作環境の統一」「異なる端末、ネットワークから同一サービスを利用」がこれに続き、総じて相互に異なる環境（端末・ネットワーク）同士をシームレス化することに対する期待が高い（グラフ19）。これは特に外出中のネットワーク利用が多いモバイル型の人の関心が高い（グラフ20）。

グラフ19

統合的サービスへの期待度(N=3358)

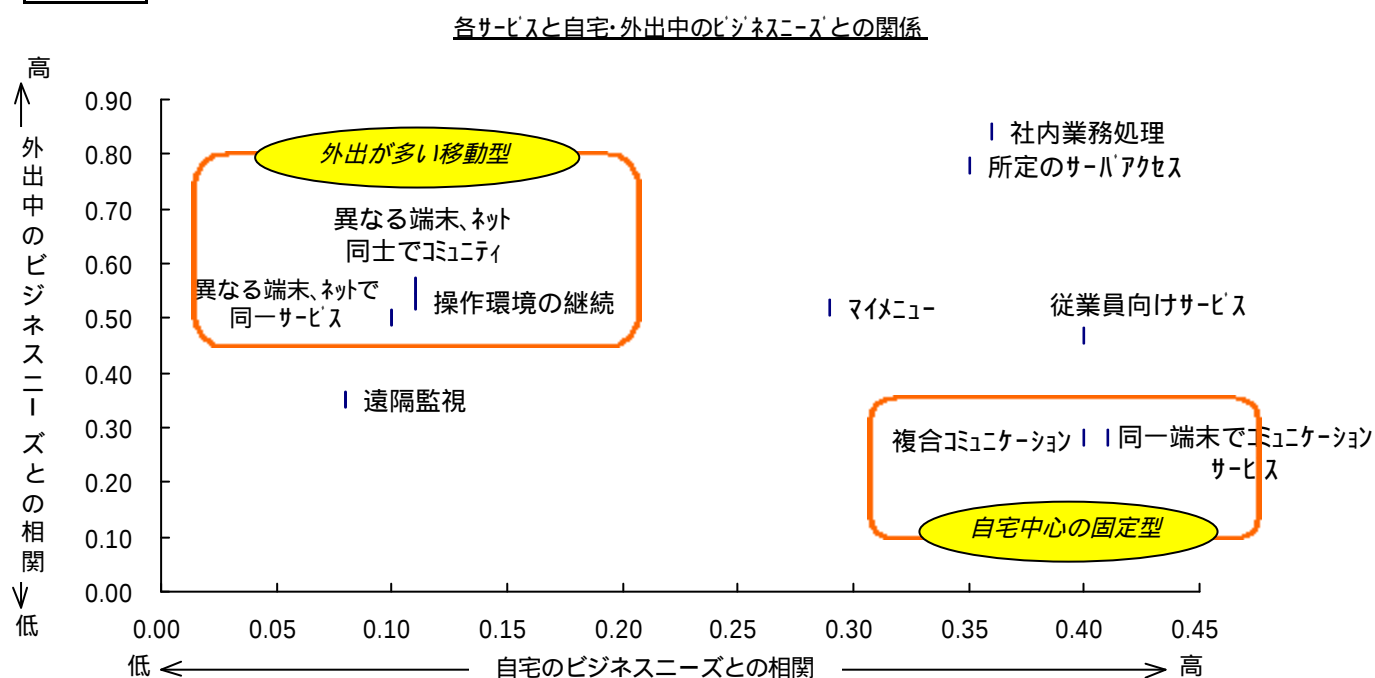


■非常に期待 ■ある程度期待 □どちらともいえない ■あまり期待しない ■期待しない

所定のサーバにいつでもどこからでも安全にアクセスできる
 利用環境（端末、ネットワーク）が変わっても、操作環境を継続して利用できる（移動先で前回のコンテンツの続きが見られる等）
 異なる端末、異なるネットワークから同一のサービスが利用できる
 出張申請、交通費の精算、物品・資材の購入手続きなどの社内業務処理がいつでもどこからでもできる
 福利厚生や社員研修など、企業の従業員向けサービスがいつでもどこからでも利用できる
 同一端末を使ってIP電話等のコミュニケーション・サービスが異なるネットワーク、異なる場所で利用できる
 留守宅の遠隔監視や家電機器等の遠隔操作が職場、外出中、ホットスポットなどどこからでもできる
 音声、映像、画像などを複合化したコミュニケーションができる
 使用する端末やネットワーク環境が異なる相手同士で柔軟にネットワーク上のコミュニティを形成できる
 ビジネス向け、プライベート向けを問わず必要なコンテンツ・サービスをマイ・メニュー化して統合的に利用できる

一方、在宅型で仕事場所が固定している人は「IP電話等のコミュニケーション・サービスを異なるネットワーク、異なる場所で利用できる」といった、複数の仕事場（職場と自宅など）の間で同一のコミュニケーション環境を望んでいる。「音声、画像、映像を複合化したコミュニケーション」は、そのような統一環境の下で映像と音声を組み合わせたコラボレーション（グラフ12）の充実につながるニーズと想定される（グラフ20）。

グラフ20



グラフ20の見方：横軸に自宅のインターネットのビジネスニーズの強さとの相関係数、縦軸に外出中のインターネットのビジネスニーズの強さとの相関係数を配し、それぞれのサービスが自宅、外出中のどちらのビジネスニーズに近いかが判断できるようにした。