

# “光”新世代ビジョン

- ブロードバンドでレゾナントなコミュニケーションの世界へ -

資料編]

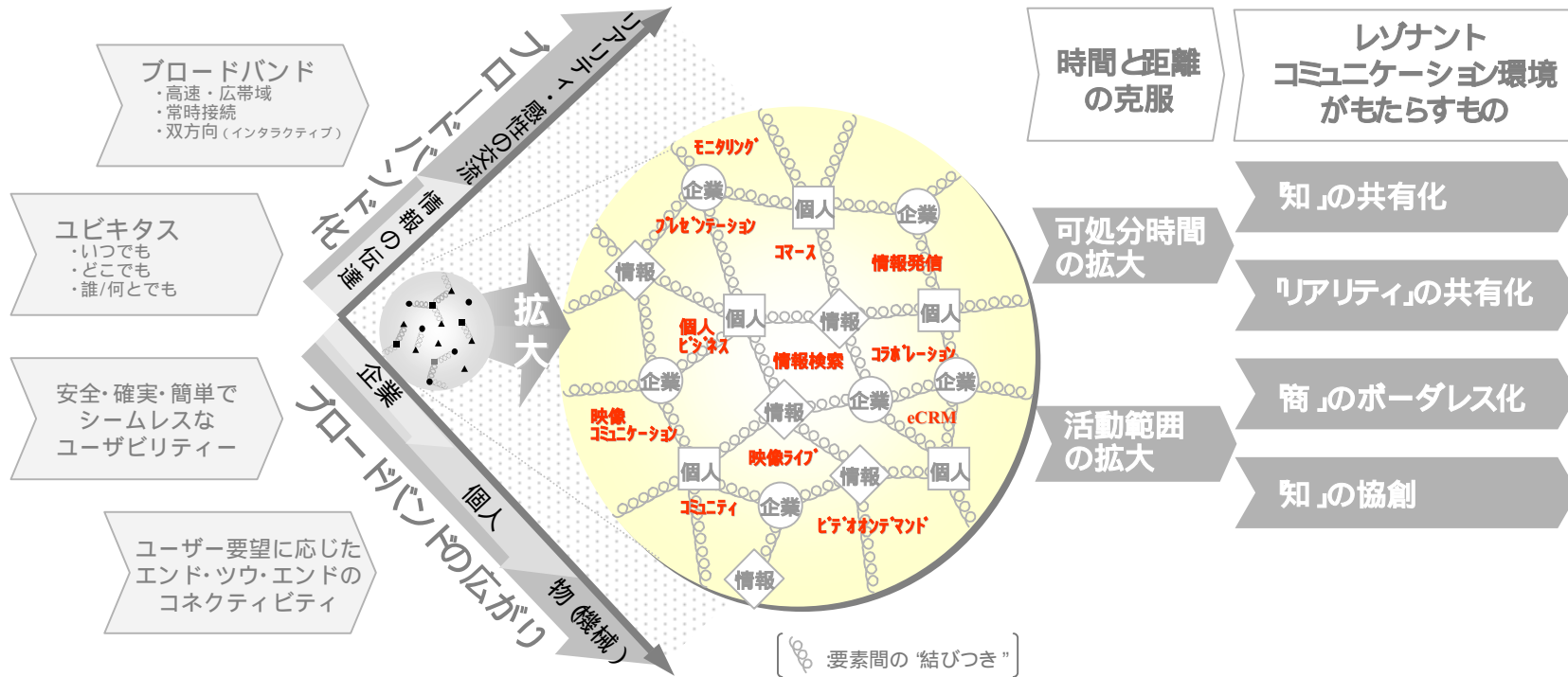
日本電信電話株式会社  
2002年11月25日

# 目 次

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| レゾナントコミュニケーション環境                   | 1  |
| レゾナントコミュニケーション環境における新たな行動モデル       | 2  |
| 個倍化の事例                             |    |
| ・シニアの社会参画モデル                       | 3  |
| ・個人が有する「知」のビジネス化モデル                | 4  |
| Web的連鎖の事例                          |    |
| ・企業におけるビジネスプロセスの効率化モデル             | 5  |
| ・SOHO型経営による新たなビジネス機会の創出モデル         | 6  |
| レゾナントなコミュニケーション環境の進展による日本経済へのインパクト | 7  |
| レゾナントコミュニケーション環境による市場の拡大           |    |
| ・ブロードバンド市場（サービス・コンテンツ）の予測          | 8  |
| ・インターネット利用世帯の予測                    | 9  |
| レゾナントコミュニケーション環境に向けたネットワークの発展      | 10 |
| レゾナントコミュニケーション環境を支えるネットワークイメージ     | 11 |
| レゾナントコミュニケーション環境による新たなビジネスモデル創出    | 12 |
| ブロードバンドに関するアンケート調査結果               | 13 |
| 5～10年後のサービスイメージ                    | 15 |

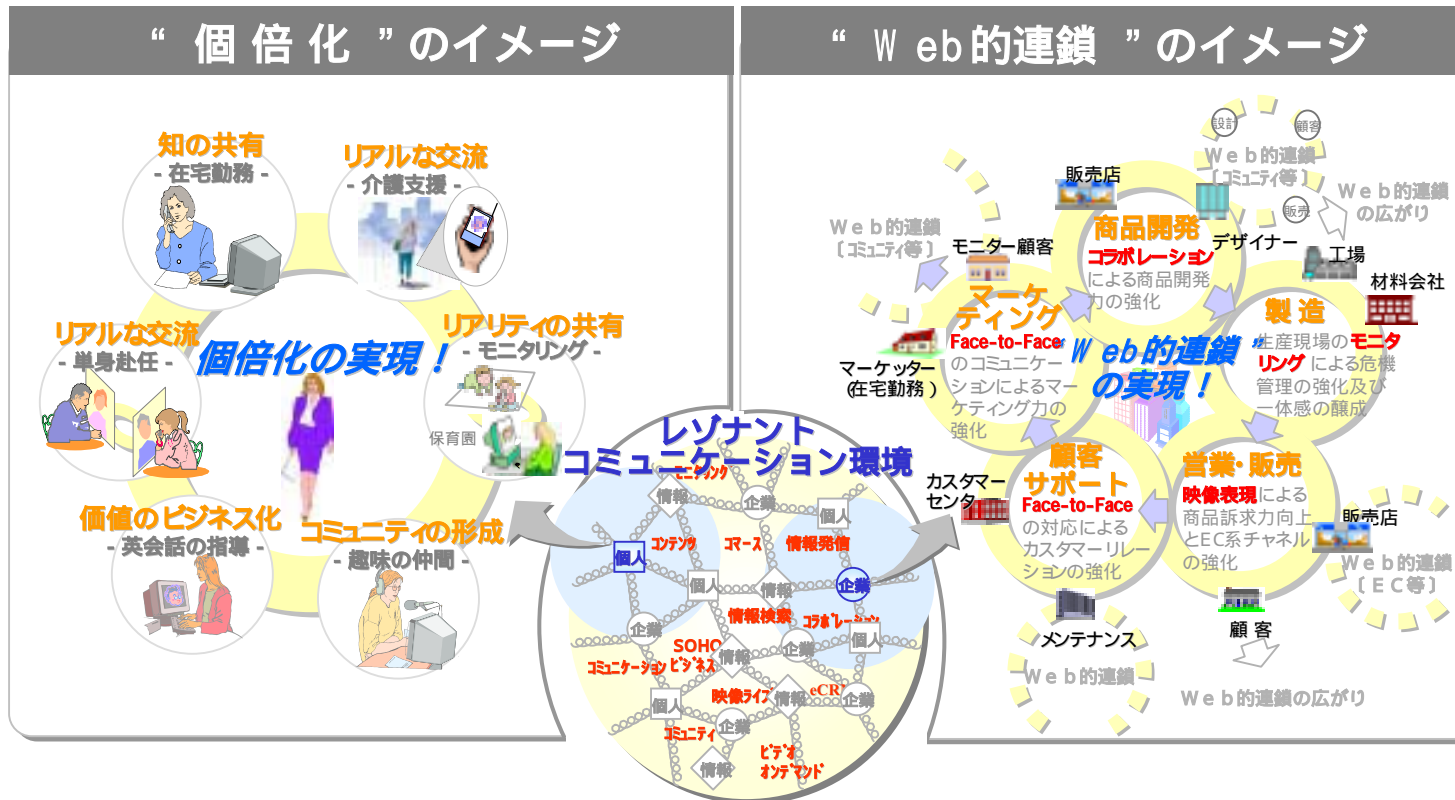
# レゾナントコミュニケーション環境

## レゾナントコミュニケーション環境



# レゾナントコミュニケーション環境における新たな行動モデル

レゾナントコミュニケーション環境のもとでは「個人」の持つ能力を最大限に引き出す、個人の「個倍化」及びビジネスの「Web的連鎖」という「新たな行動モデル」が出現する。



# 【個倍化の例】シニアの社会参画モデル

