

# “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

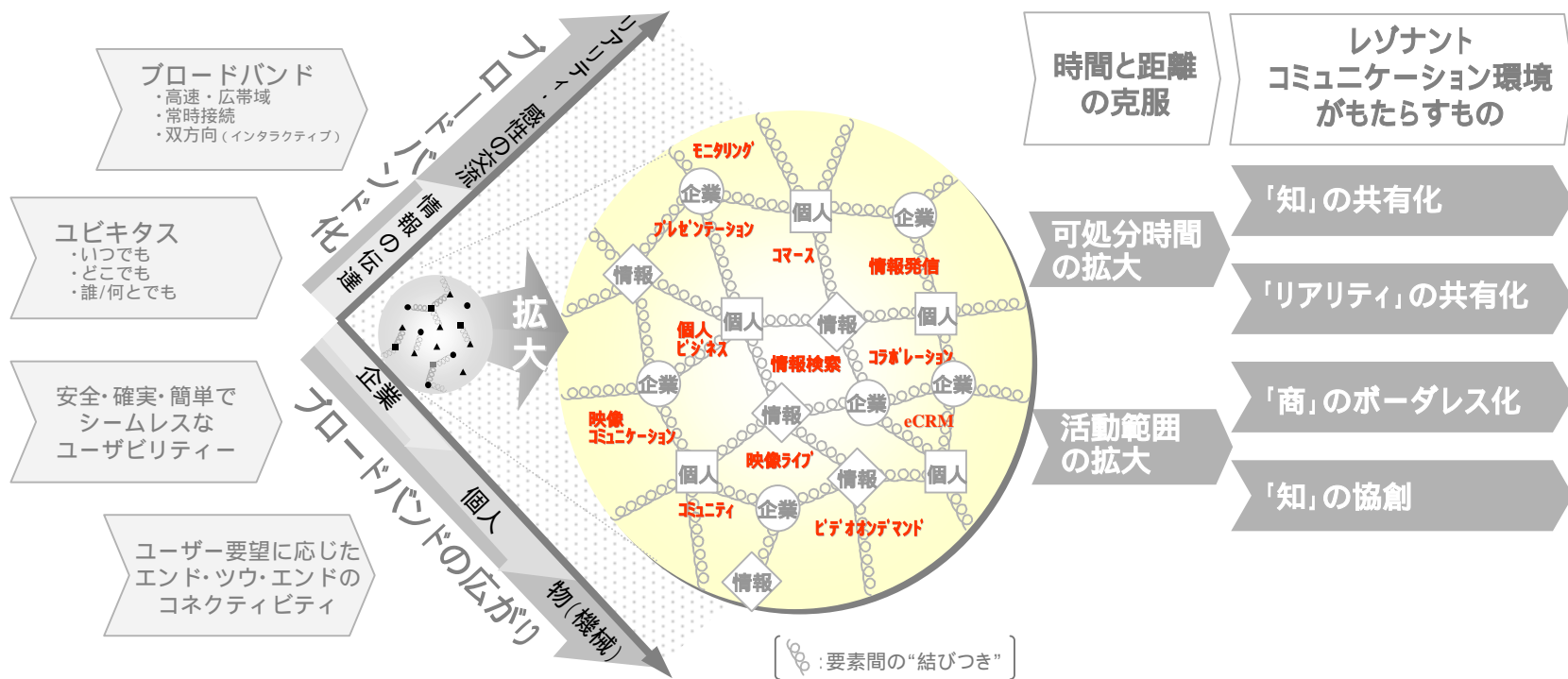
2002年11月25日

# 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

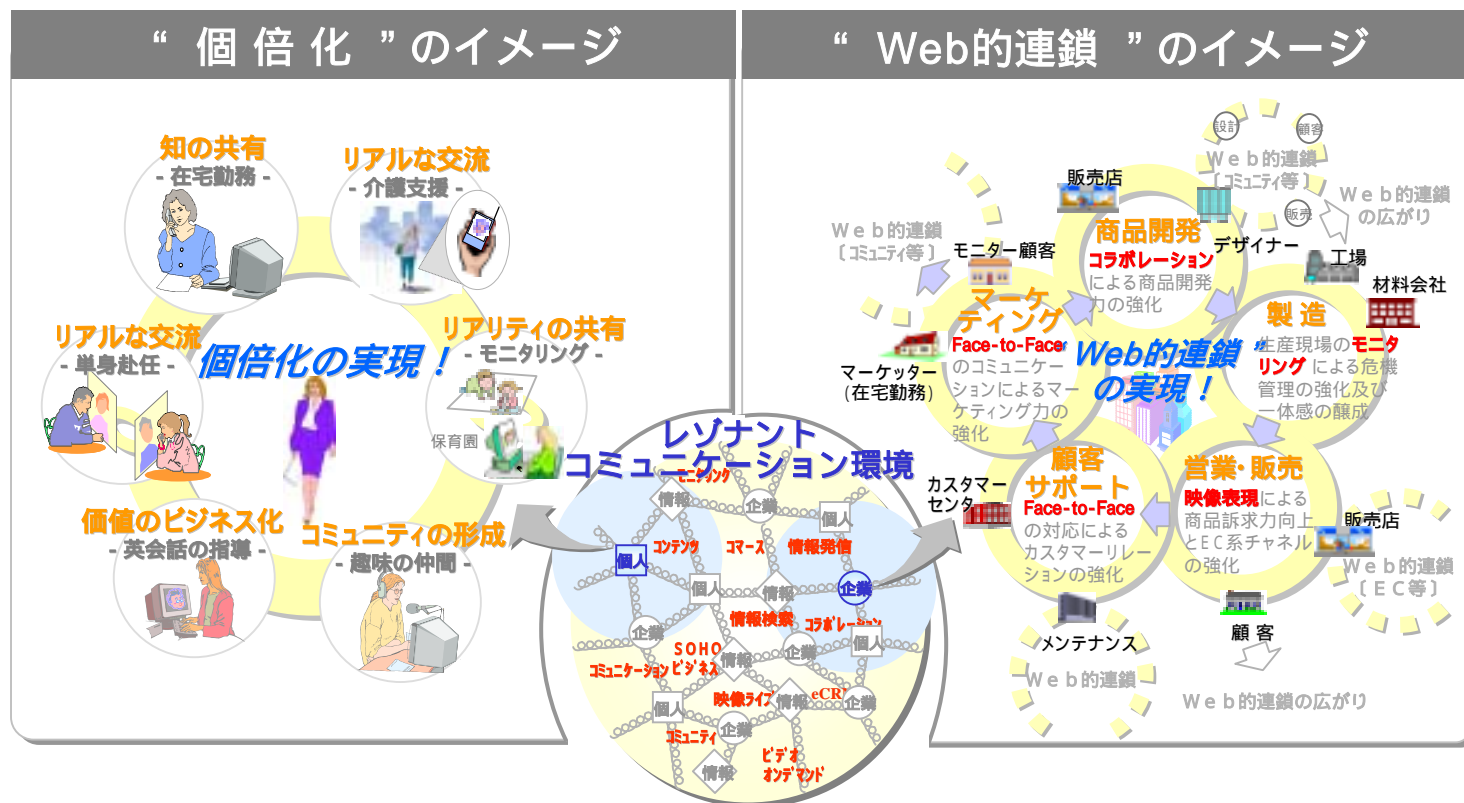
# レゾナントコミュニケーション環境

## レゾナントコミュニケーション環境

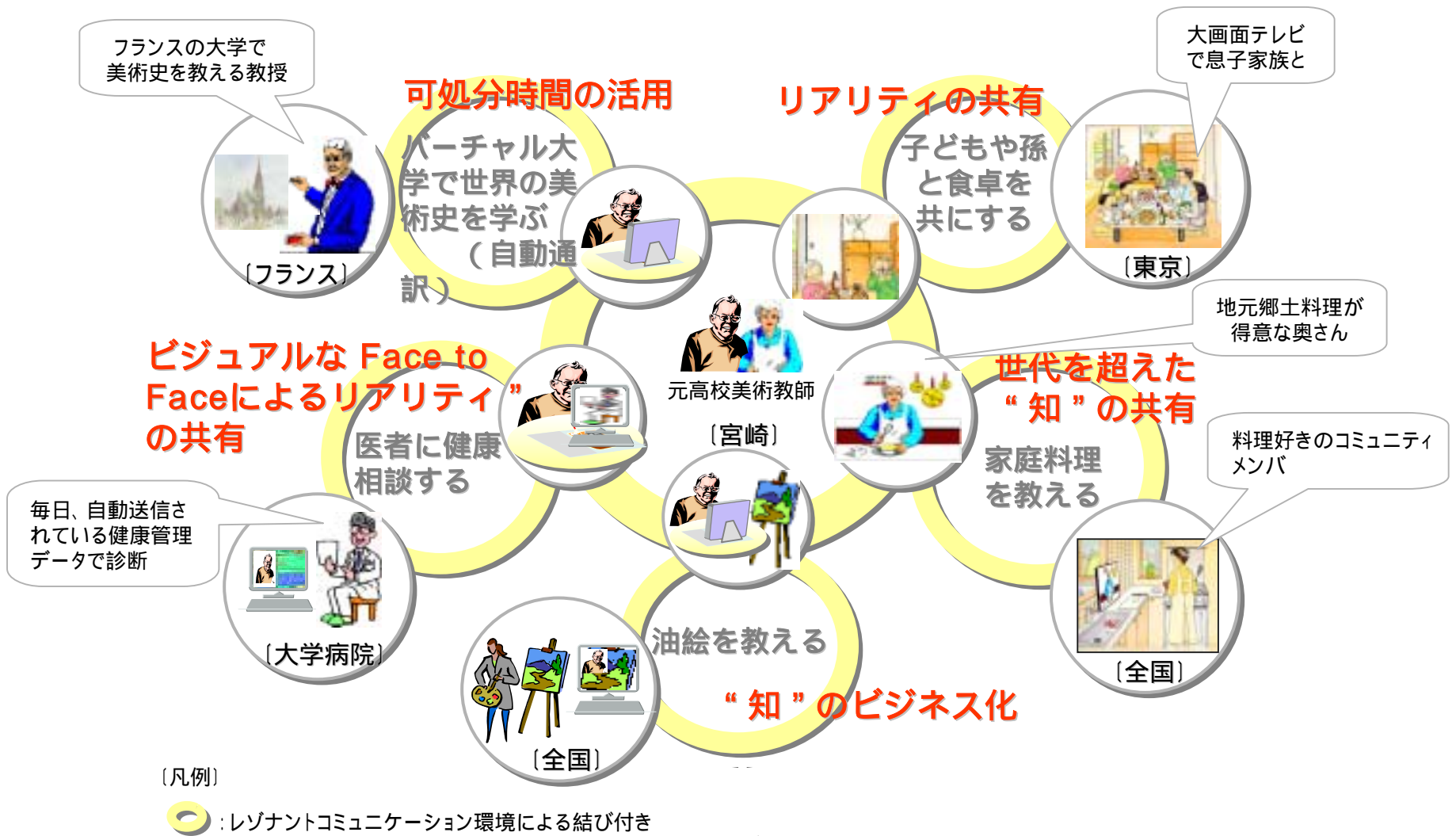


# レゾナントコミュニケーション環境における新たな行動モデル

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

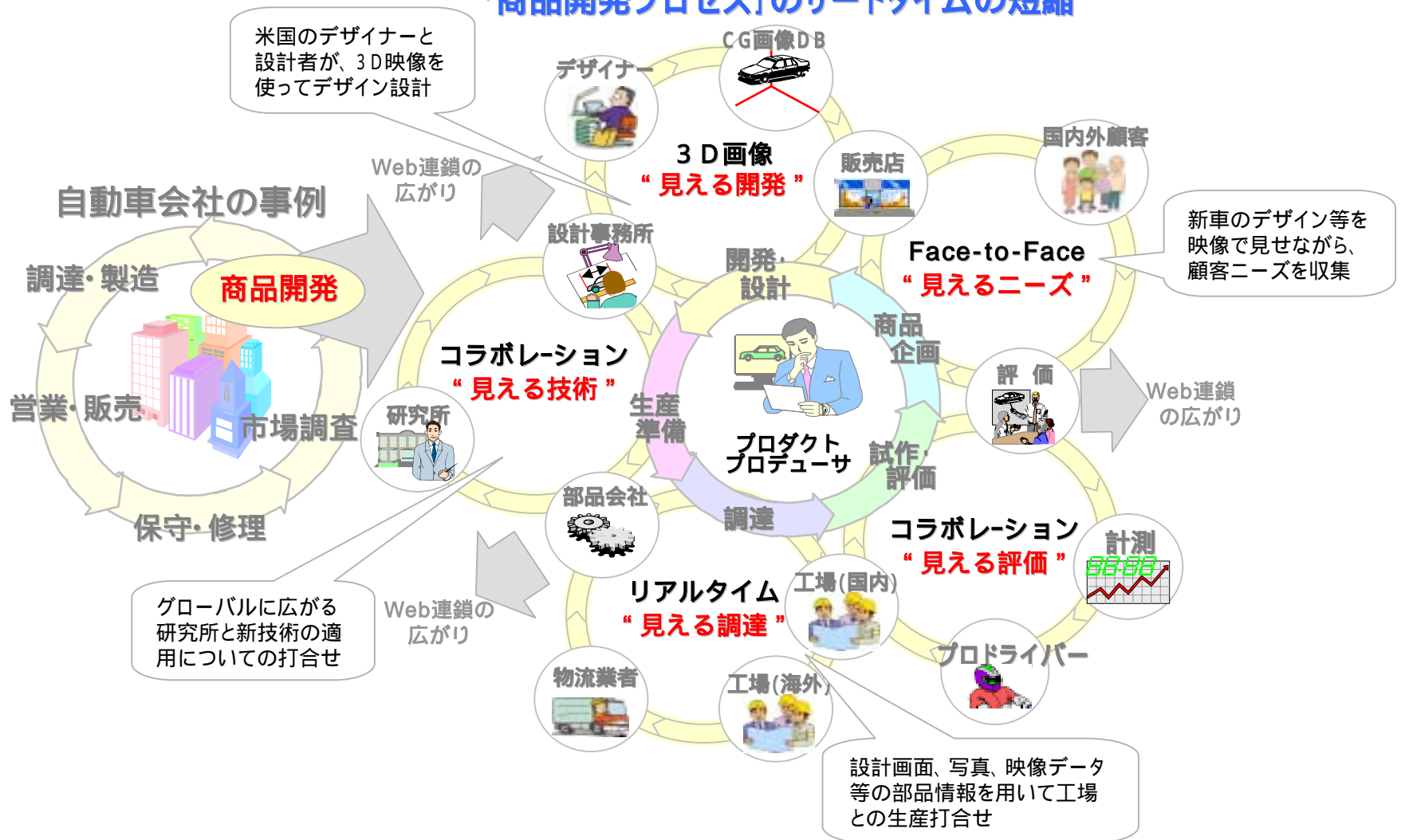


# 〔個倍化の例〕 個人が有する“知”のビジネス化モデル

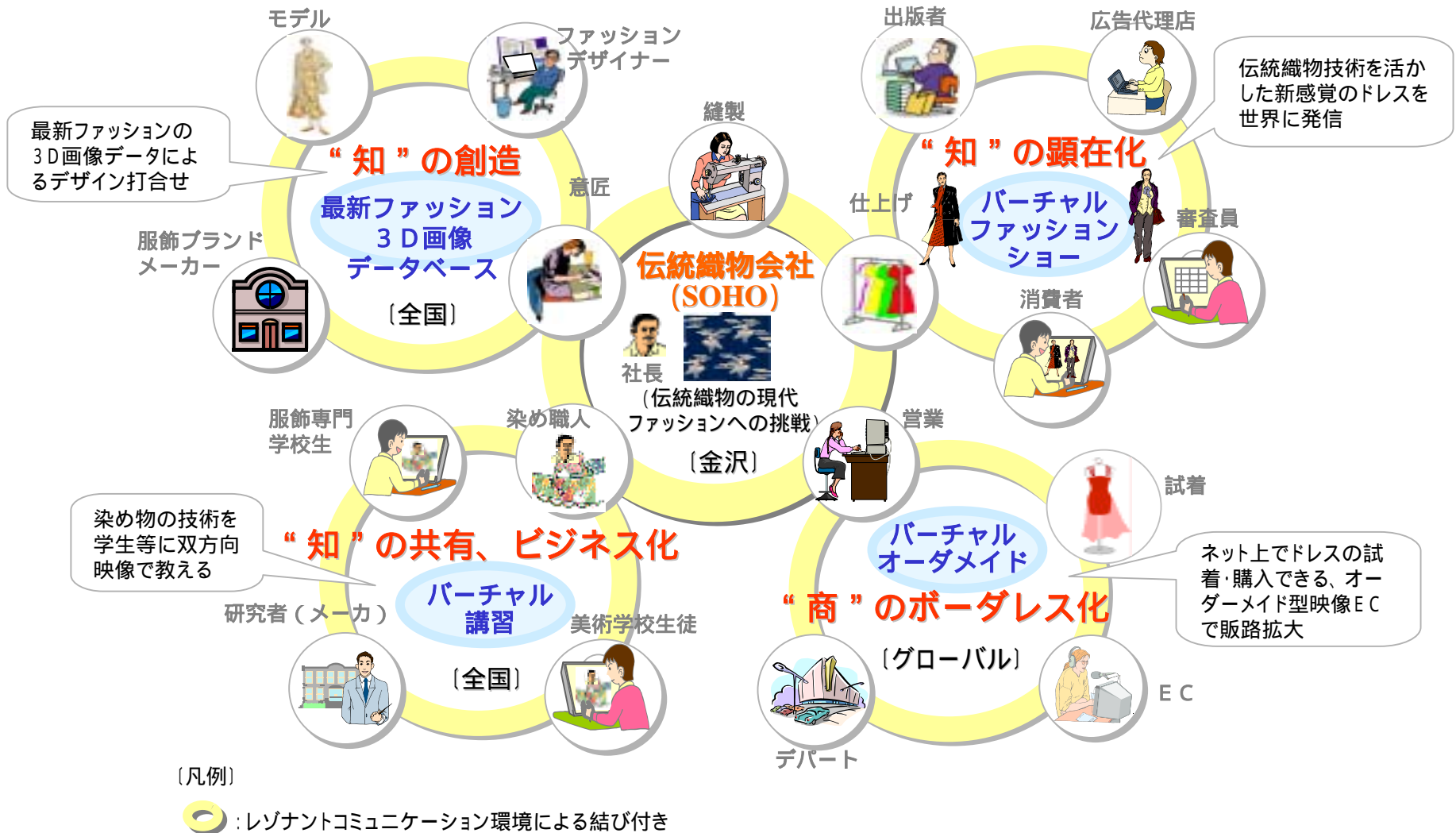


# 〔Web的連鎖の例〕企業におけるビジネスプロセスの効率化モデル

## 「商品開発プロセス」のリードタイムの短縮



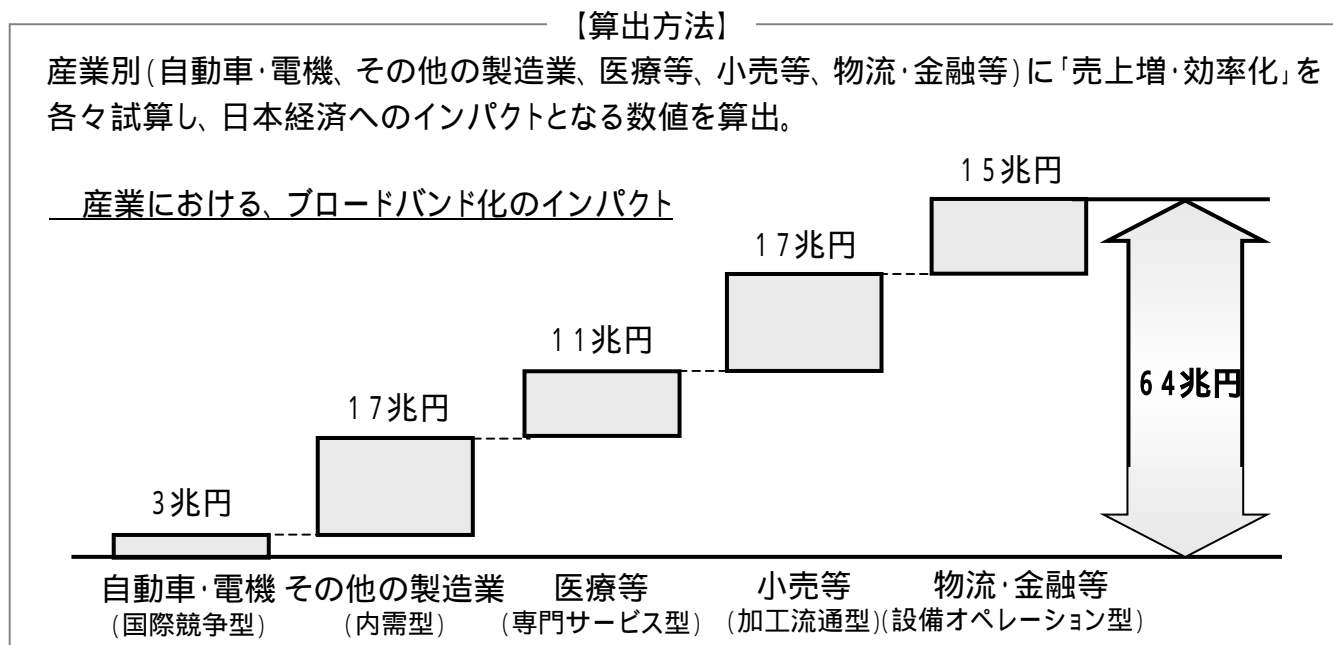
# 〔Web的連鎖の例〕 SOHO型経営の新たなビジネス機会の創出モデル





# レゾナント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

光によるレゾナントなコミュニケーション環境が進展する2007年には日本経済に対して、約64兆円/年規模のインパクトを与える。

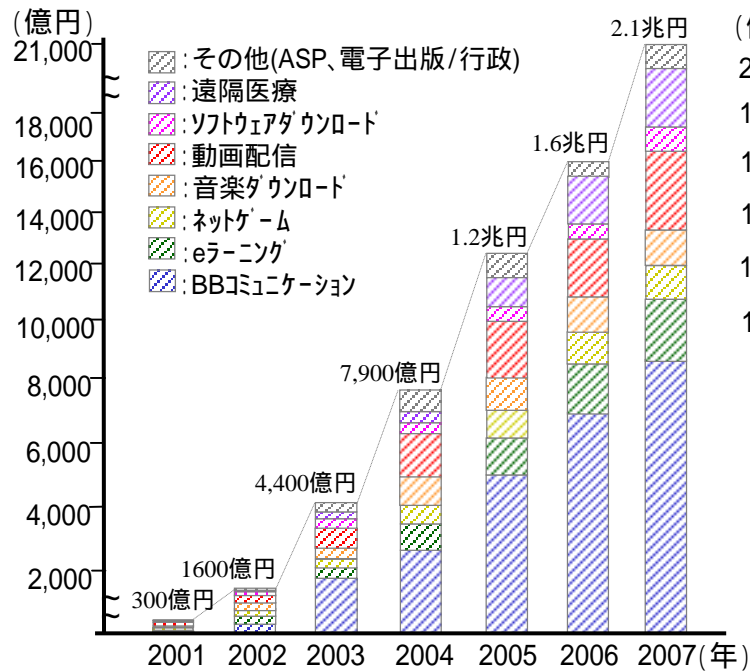


(出典: マッキンゼー社)

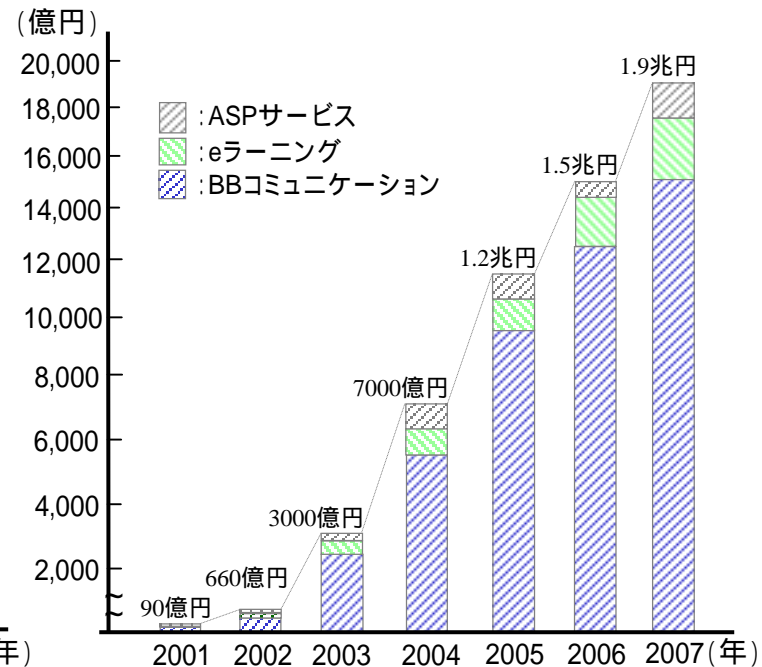
# ブロードバンド市場(サービス・コンテンツ)の予測

ブロードバンド市場は2007年度で約4兆円に拡大。ブロードバンドコミュニケーションが2.4兆円のウエイトを占める予測。

## コンシューマ向け市場

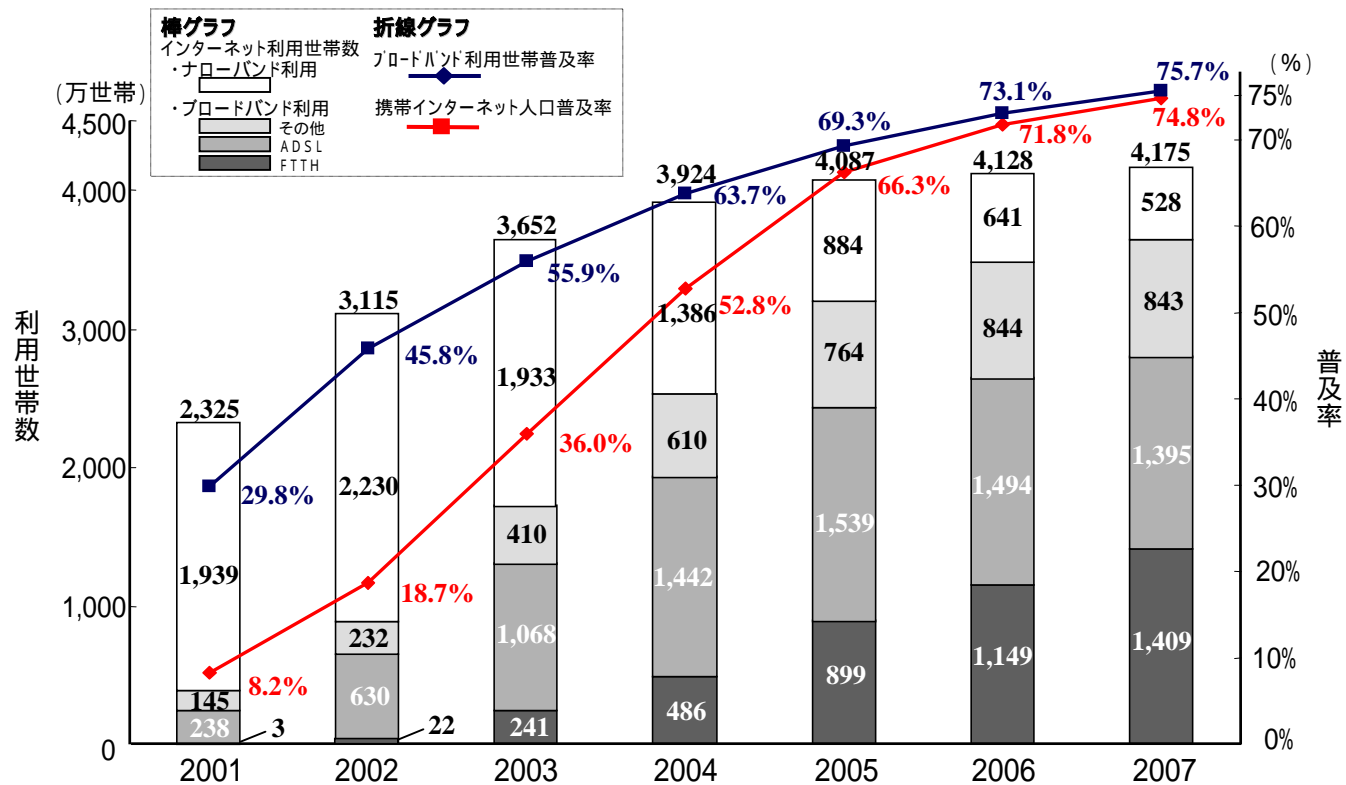


## ビジネス向け市場



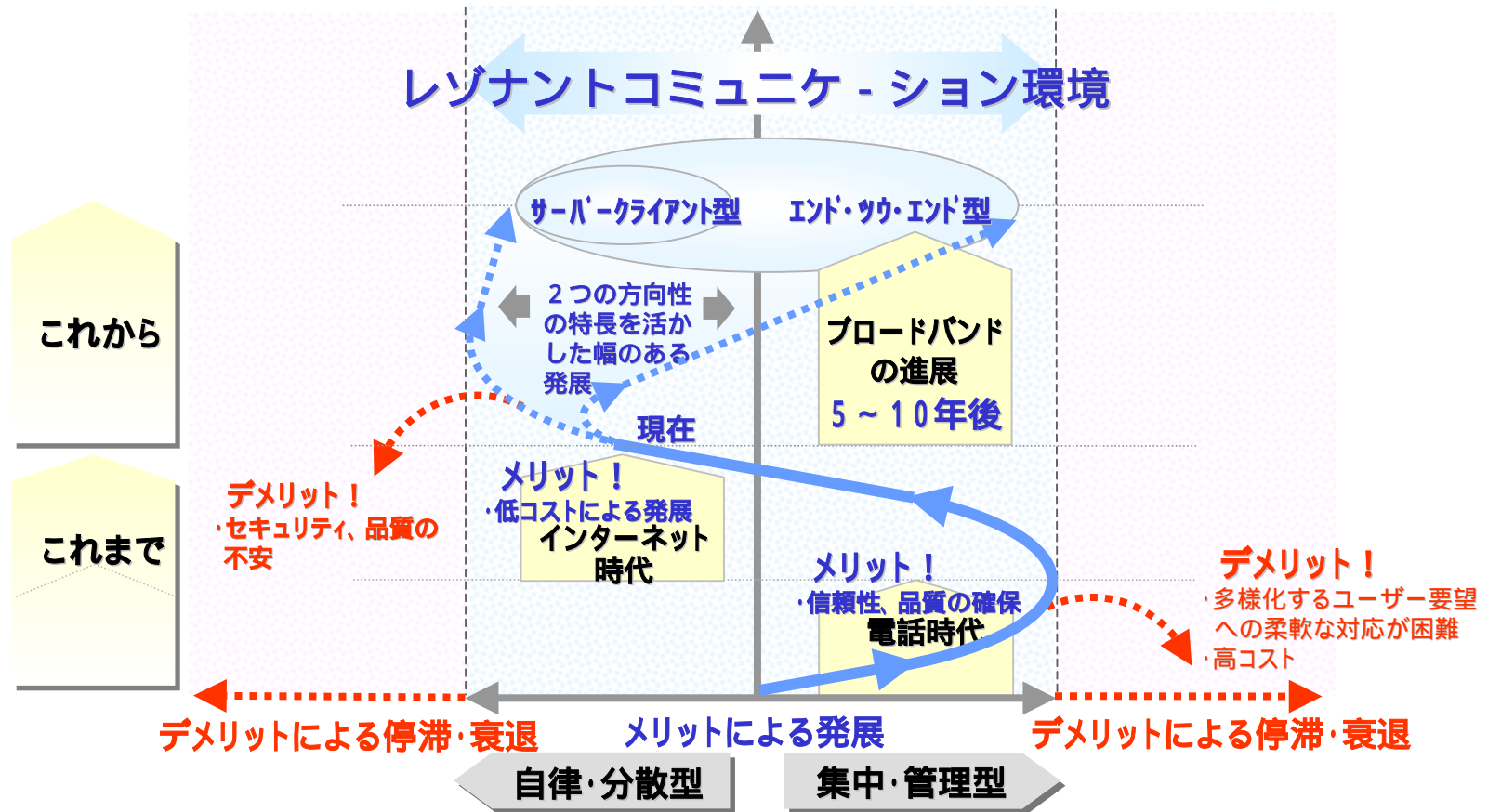
(出典:株イーシーリサーチ)

# インターネット利用世帯の予測

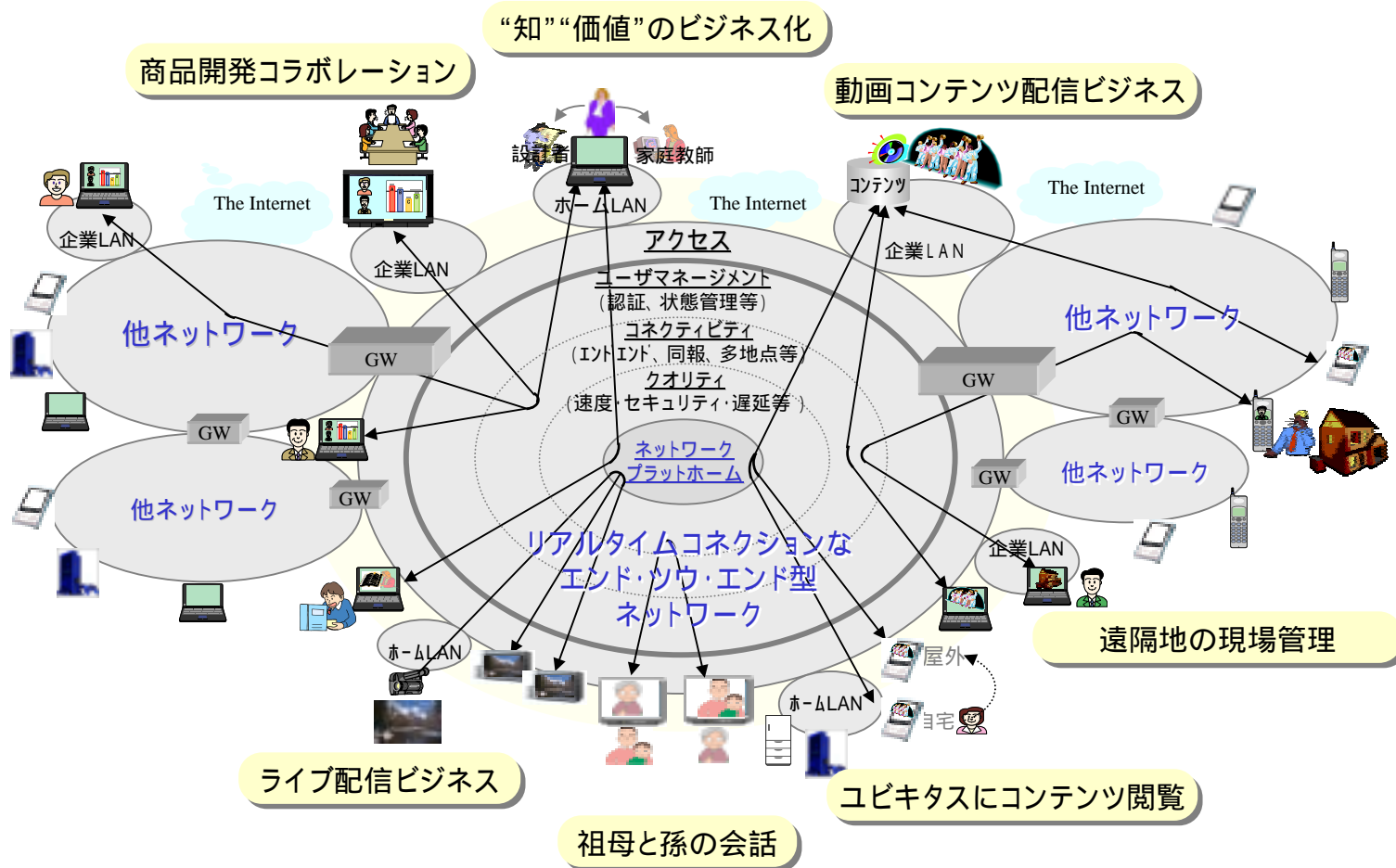


(出典: (株)情報通信総合研究所)

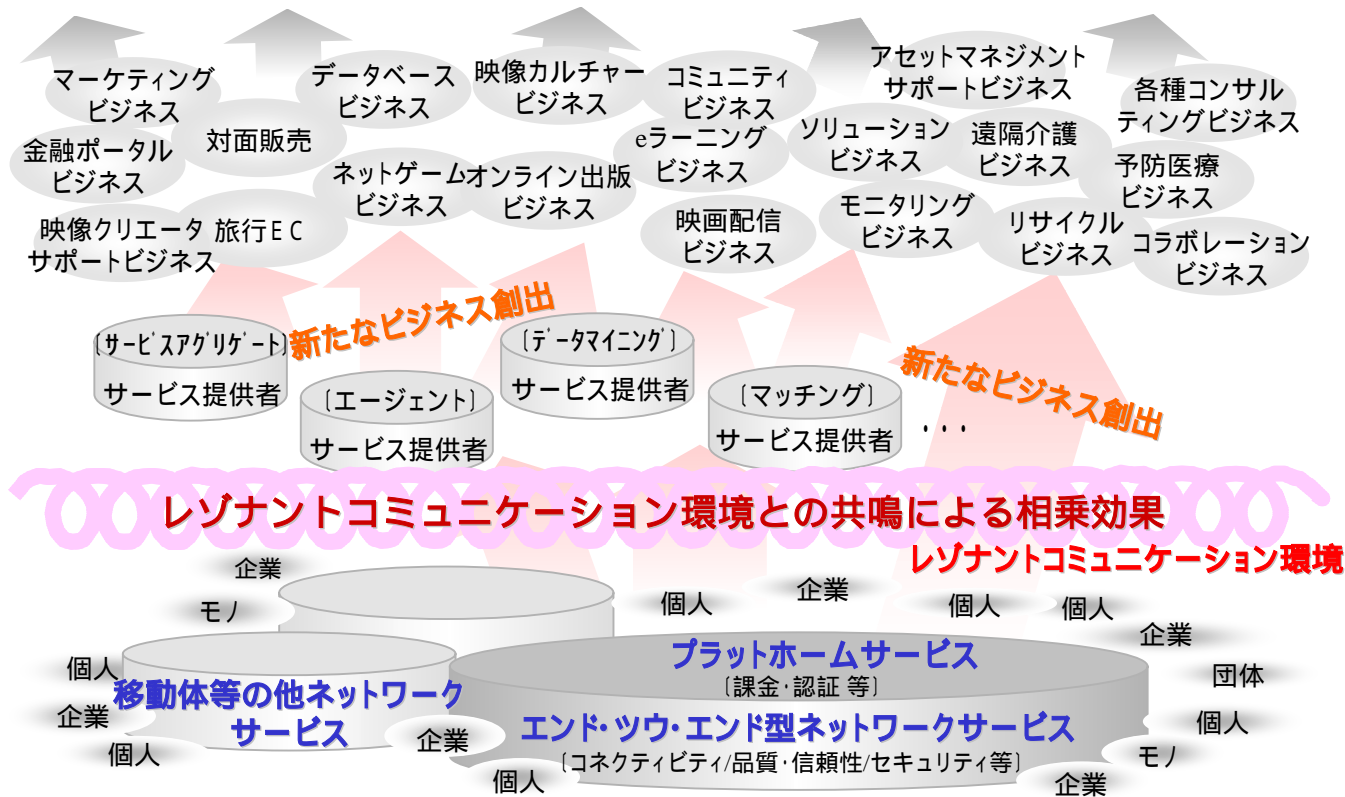
# レゾナントコミュニケーション環境に向けたネットワークの発展



# 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



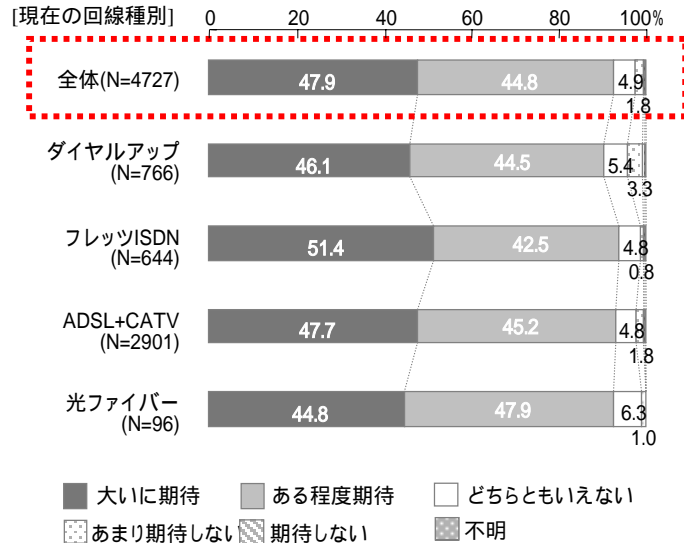
# レゾナントコミュニケーション環境による新たなビジネスモデル創出



# ブロードバンドに関するアンケート調査結果(1)

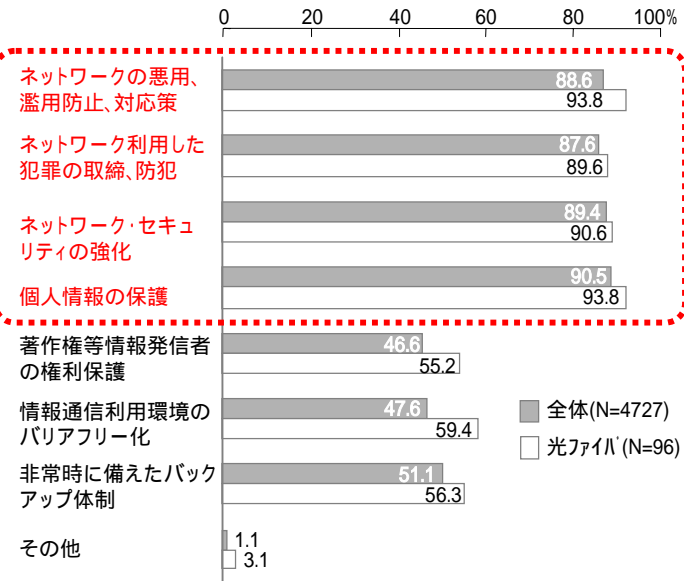
## 本格的ブロードバンドへの期待

9割を超えるインターネットユーザーが現状のネットワーク環境に関係なく、光による本格的ブロードバンドを要望。



## ブロードバンドインターネットの課題

ユーザーは、ネットワーク上の防犯、セキュリティーや個人情報保護機能の強化を要望。

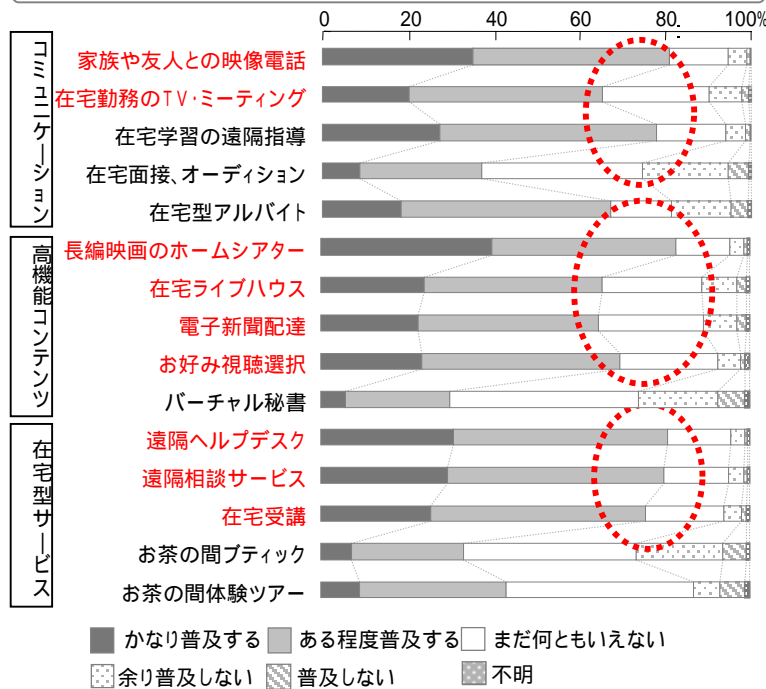


出典：情報通信総合研究所  
 調査方法：アンケート調査 実施期間：2002年8月20日～26日  
 最終回収サンプル：4727サンプル  
 回答者：30代～40代前半が中心。男女比は半々だが、会社員4割強、専業主婦が約2割を占める。

# ブロードバンドに関するアンケート調査結果(2)

## 5年先のブロードバンドサービス

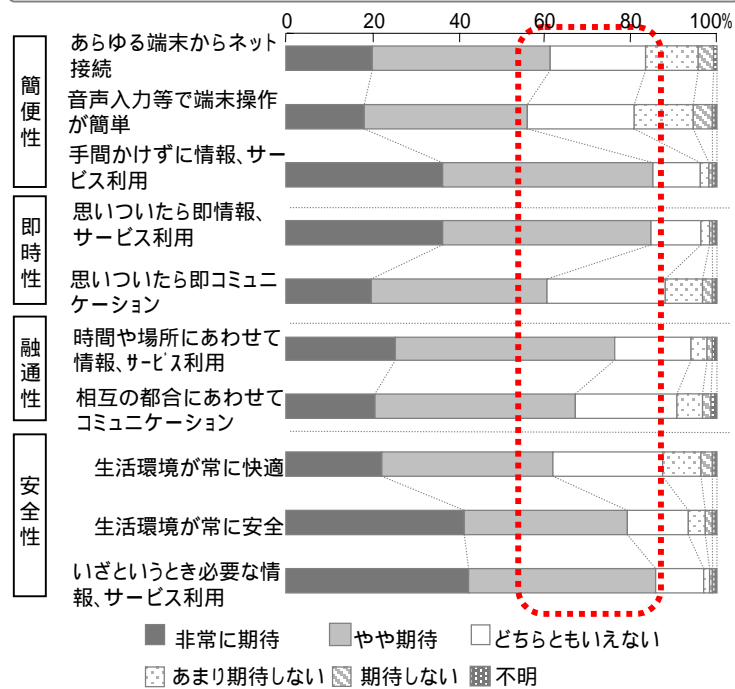
ユーザーは、5年先には「リアル感・双方向性の映像コミュニケーション」や「高品質なコンテンツ配信」、「家に居ながらの知識習得やビジネス活動」は、“当然”のことと思っている。



出典: 情報通信総合研究所  
 調査方法: アンケート調査 実施期間: 2002年8月20日～26日  
 最終回収サンプル: 4727サンプル  
 回答者: 30代～40代前半が中心。男女比は半々だが、会社員4割強、専業主婦が約2割を占める。

## ユーザーの利用環境に関するニーズ

ユーザーは、「いつでも、どこでも、誰とでも」のユビキタス機能に優れた「安全、確実、簡単」な利用環境を要望。

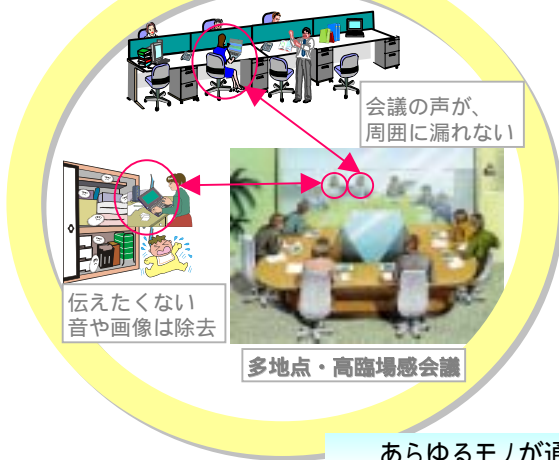


出典: 情報通信総合研究所  
 調査名: ユビキタス・ネットワークに関するユーザーニーズ調査  
 調査方法: アンケート調査(2002年2月7日公表)

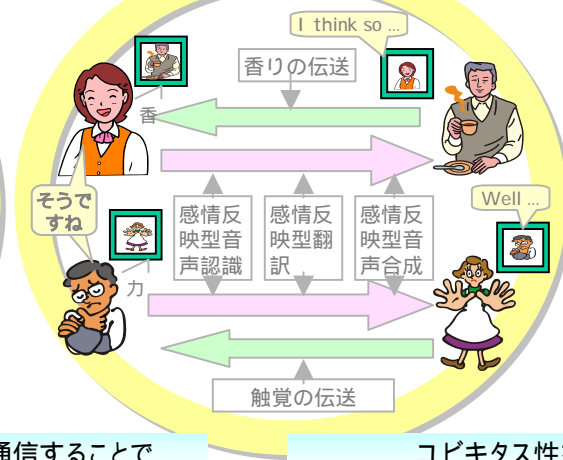


# 5 ~ 10年後のサービスイメージ

どこにいても同じ会議テーブルを共有できる  
進化した**コラボレーションワーク**



感情やニュアンスまでも伝える  
**通訳電話・五感通信システム**



欲しい映像を賢く検索する  
**ビジュアルエージェント**



あらゆるモノが通信することで  
流通革命をもたらす**無線タグ**



ユビキタス性を飛躍的に高める  
**ウェアラブルコンピュータ、ソフトウェア無線**

