

2004年6月21日

報道関係者各位

株式会社サイバード

「“ ユビキタス社会 ” に対する認識」と  
「“ ユビキタス社会 ” における携帯電話への期待」に関する意識調査

調査結果のポイント

ビジネスパーソンの93.4%が、「ユビキタス社会」では携帯電話が大きな役割を果たすと認識。  
「ユビキタス社会」では、「携帯電話がリモコン、サイフ、定期券の代わりになる(80.1%)」  
と考えている割合が最も高い。  
現段階の携帯電話サービスでは、エンターテインメントや生活情報へのニーズが高いが、  
今後はセキュリティや医療など“日々の生活に安心・安全を生むサービス”への期待が高い。

調査実施にあたって

「ユビキタス」とは、ラテン語で「いたるところに存在する(=偏在する)」を意味し、「ユビキタス社会」とは、“いつでも、どこでも、何でも、誰でも”ネットにつながる社会と言われております。

それは、これまであった“インターネット接続”のみのイメージを大きく超え、「ネット家電」や身に付けられる「ウェアラブルコンピュータ」、チケットとしての携帯電話活用など、多様なシーン・多様な端末の活用による“生活と一体化したネットワーク社会”が、今まさに実現しようとしている状況といえます。

株式会社サイバードでは、かつての夢物語であった「ユビキタス」の実現が進む昨今の状況下、日本のビジネスの最前線にいるビジネスパーソンにとって「ユビキタス」はどの程度認知されているのか、また社会基盤となりつつある携帯電話と「ユビキタス」との関係性はどうか認識されているのか、あるいは「ユビキタス社会」を切り開く企業とはどのような企業なのか、などについてアンケート調査を実施し、意識を探索しました。

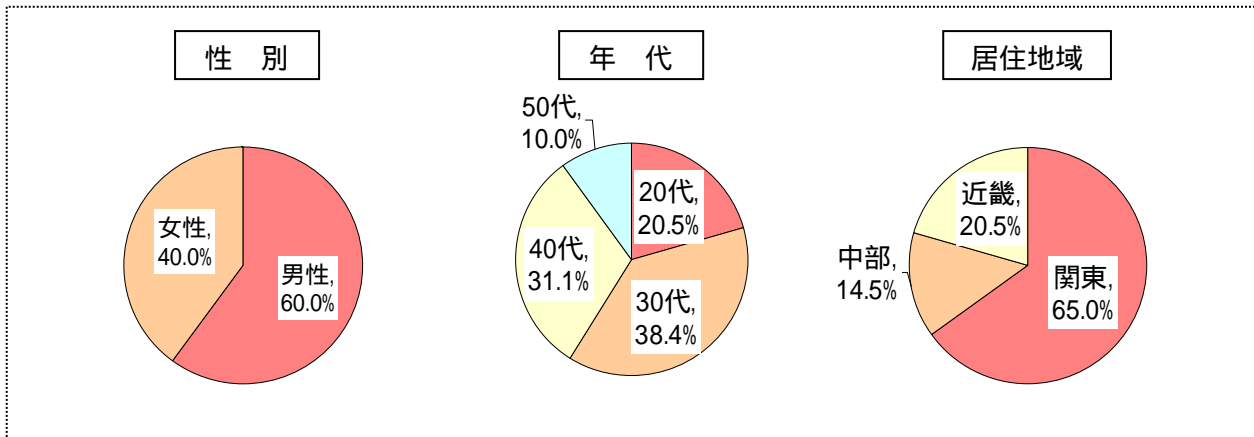
調査概要

- ・ 調査目的：「ユビキタス」と「携帯電話」に関するビジネスパーソンの意識を探る
- ・ 調査期間：2004年4月7日～4月12日
- ・ 調査対象：関東、中部、近畿に在住の会社員(20代～50代)
- ・ 調査方法：インターネット調査
- ・ サンプル：1000名

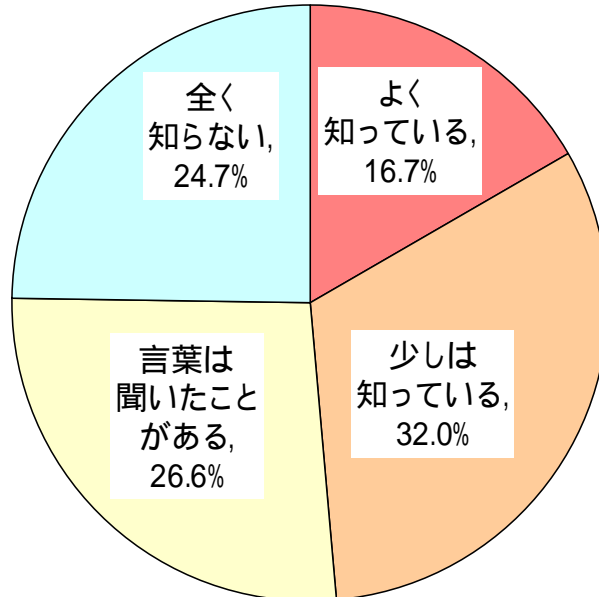
# Press Release

## アンケート結果概要

\* 回答者属性



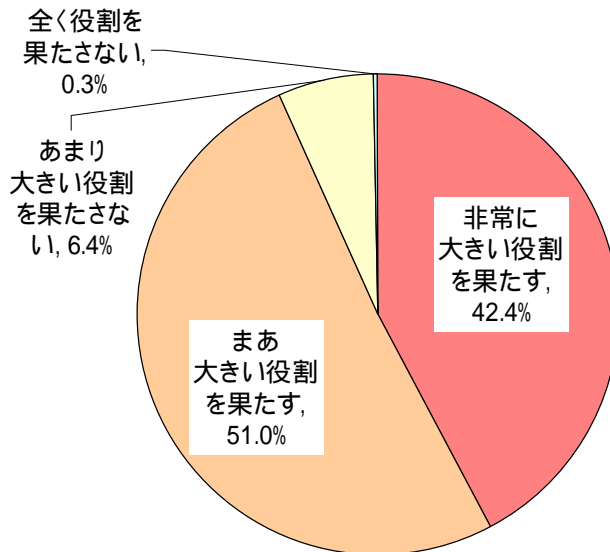
### Q. 「ユビキタス」について、知っていますか？



「ユビキタス」を「よく知っている」、「少しは知っている」の合計は 48.7%。また、「言葉は聞いたことがある」まで含めると 75.3%。ビジネスパーソンにとっての「ユビキタス」の認知は高いといえます。

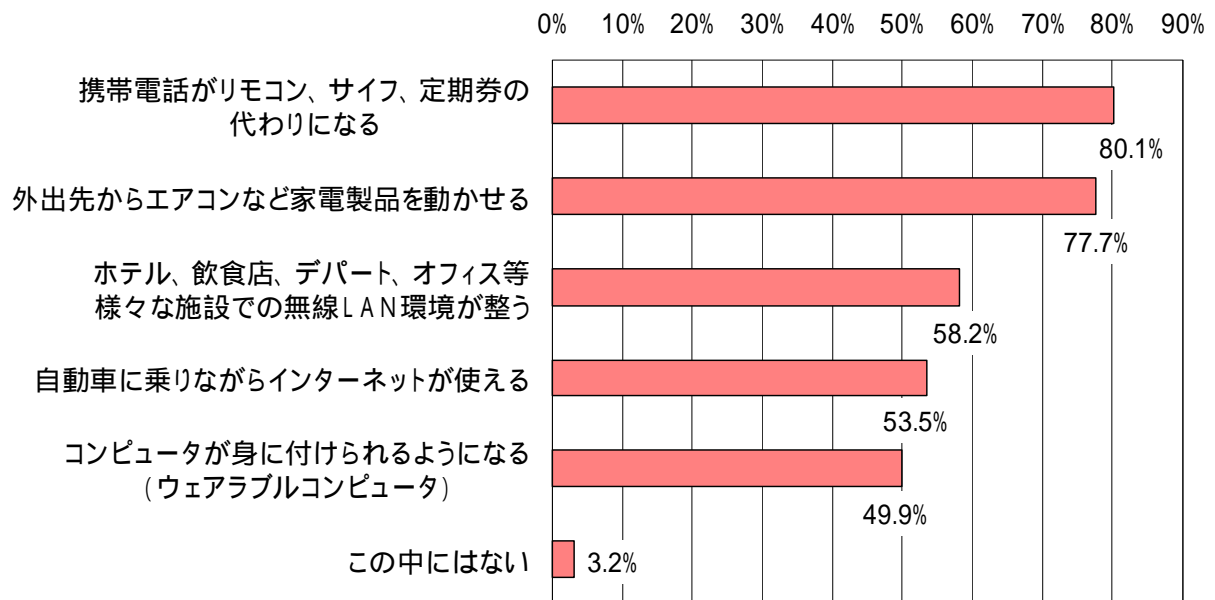
Press Release

Q. 「ユビキタス社会」について、携帯電話が果たす役割はどの程度と思いますか？



「非常に大きい役割を果たす」、「まあ大きい役割を果たす」の合計は 93.4%。  
「ユビキタス社会」における、携帯電話への期待は非常に大きいと考えられます。

Q. 「ユビキタス社会」では、どんなことが出来るようになると思いますか？（複数回答）

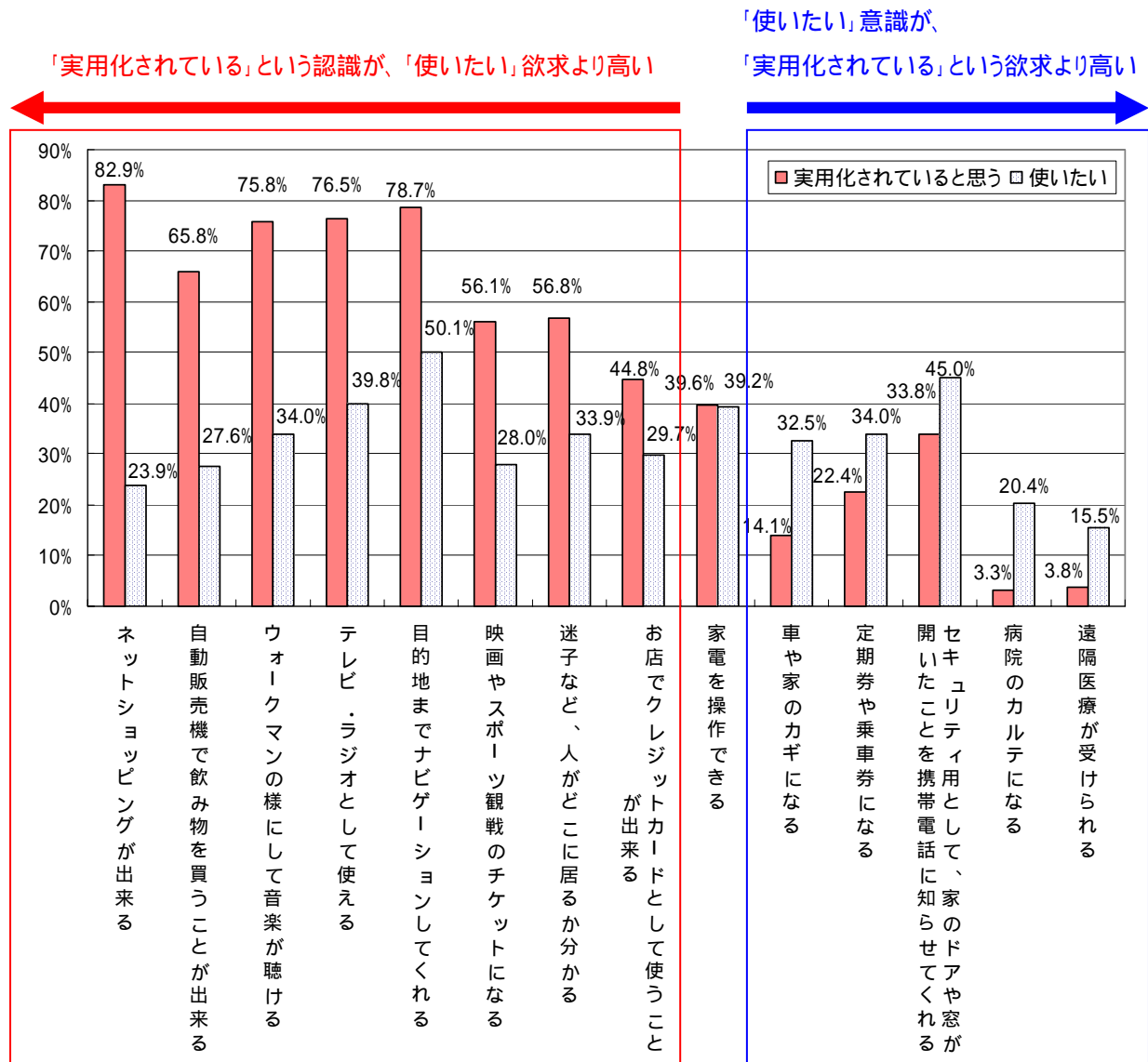


「携帯電話がリモコン、サイフ、定期券の代わりになる (80.1%)」と想定している割合が最も高い。続いて「外出先からエアコンなど家電製品を動かせる (77.7%)」。単純に「インターネットやコンピュータが使える場所が広がる」という意識よりも、むしろ「携帯電話の使い方が多様化する」、「家電の新しい使い方が生まれる」などを想定している人が多い状況となっています。

Press Release

Q.携帯電話で既にご利用されていると思うことは何ですか？

また、携帯電話で使いたいと思うサービスは何ですか？（両設問ともに複数回答）



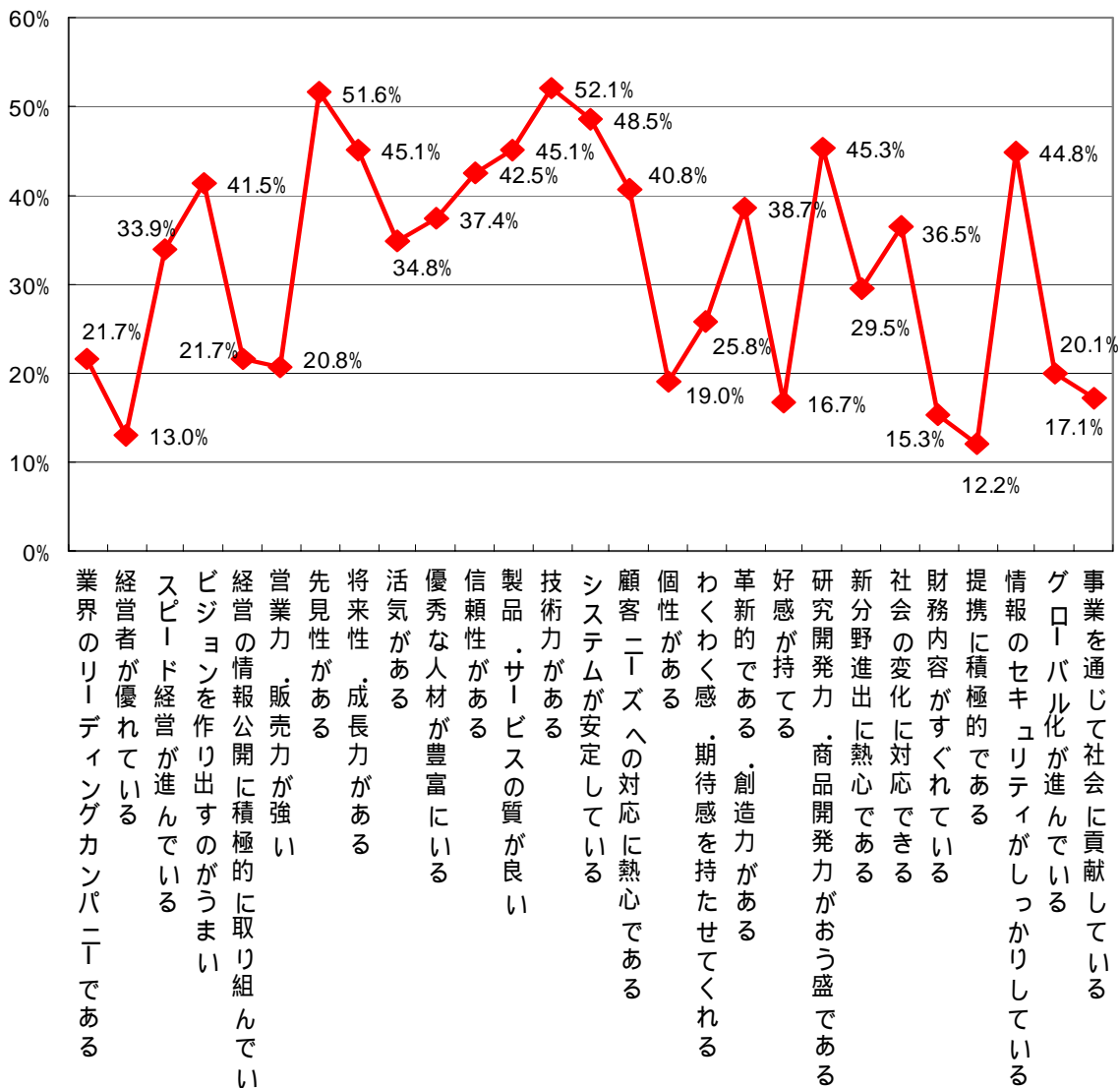
実用化されているという認識、今後の使用意欲の双方が高いのは「目的地までのナビゲーション」、「テレビ・ラジオ」。現状ではエンターテインメントや生活情報へのニーズが高いと考えられます。

現状の認識が高いが、使用意欲が低いのは「ネットショッピングが出来る」(23.9%)、「自動販売機で飲み物を買うことが出来る」(27.9%)。現在はまだ購買スタイルとして一般化しておらず、様子を見ている段階といえます。

現状の認識が低いにも関わらず今後の欲求が高いものは「車や家のカギ」(32.5%)、「定期券や乗車券」(34%)、「セキュリティ」(45%)、「病院のカルテ」(20.4%)、「遠隔医療」(15.5%)。セキュリティや医療、電車やバスなどの交通サービスへの期待感が大きいと考えられます。

Press Release

Q.「ユビキタス社会」の実現に貢献する企業に必要な資質、イメージは  
どれだと思いますか？（複数回答）



「ユビキタス社会」実現のために必要な資質・イメージは「技術力がある」(52.1%)、「先見性がある」(51.6%)、「システムが安定している」(48.5%)、「研究開発力・商品開発力がある」(45.3%)、「将来性・成長力がある」(45.1%)、「情報のセキュリティがしっかりしている」(44.8%)を挙げる割合が高い。「経営者が優れている」(13%)、「提携に積極的」(12.2%)、「財務内容が優れている」(15.3%)と考える人は少数。

経営者や経営動向などの“今の状況”よりも、いかに“先を読めるか”、またその未来を現実化する“具体的な技術力・開発力があるか”、更に、セキュリティなど“システム面はしっかりしているか”の3点を、「ユビキタス社会」実現に貢献する企業の資質・イメージとして重要視していると考えられます。

## Press Release

### 調査結果まとめ

「ユビキタス」の認知度は、「よく知っている」、「少しは知っている」の合計は48.7%。更に「言葉は聞いたことがある」まで含めると75.3%。**ビジネス社会では、「ユビキタス」は既に一般的に浸透しつつある概念であると考えられます。**

「ユビキタス社会」での携帯電話の役割については、「非常に大きい役割を果たす」、「まあ大きい役割を果たす」の合計が93.4%。**携帯電話は、ビジネスパーソンのイメージする「ユビキタス社会」の中において欠かせない情報端末として位置付けられているといえます。**

「ユビキタス社会」で出来るようになると思うことについては、「携帯電話がリモコン、サイフ、定期券の代わりになる(80.1%)」と想定している割合が最も高く、続いて「外出先からエアコンなど家電製品を動かせる(77.7%)」。「ユビキタス社会」の中では、単に“インターネットやコンピュータの使える場所が広がる”という意識よりも、むしろ“携帯電話や家電の多様な使い方が出来る”と考えている割合が多い。

「ユビキタス社会」においては、“携帯電話を核として、全く新しい生活スタイルが生まれてくる”、という将来像への大きな期待感がうかがえます。

「ユビキタス」に関連した携帯電話サービスの中で、現状における認識と使用意欲とを見たところ、現状における認識、今後の使用意欲の双方とも高いものは、「目的地までのナビゲーション」、「テレビ・ラジオ」、「TVCMなどの訴求効果も相まって、**現段階の携帯電話サービスの中では“エンターテインメント”“生活情報の提供”に関するニーズが高いといえます。**  
現状の認識が高いにも関わらず、使用意欲が低いものは、「ネットショッピング」、「自動販売機で飲み物を買う」。**現状、携帯電話を使った購買スタイルは一般化しておらず、多くの生活者にとっては様子を見ている段階といえますが、認知は高く、今後の普及に向けたポテンシャルは大きいと考えられます。**

現状の認識が低いにも関わらず、今後の欲求が高いものは、「車や家のカギ」、「定期券や乗車券」、「セキュリティ用として窓などが開いた事を知らせる」、「病院のカルテ」、「遠隔医療」。**セキュリティや医療、交通サービスなど、日々の生活と密接に関わり、安心・安全を生むサービスへの今後の期待感が高いと考えられます。**

「ユビキタス社会」実現のために企業に必要な資質・イメージは、「技術力」、「先見性」、「システムの安定」、「研究・商品開発力」、「将来性・成長力」、「情報セキュリティ」の割合が高い。また「経営者が優れている」、「提携に積極的」、「財務内容」は少数。経営動向など“今の状況”よりも、いかに“先を読むか”、またその未来を現実化する“具体的な技術・開発力があるか”、更にセキュリティなどの“システム面は安全か”の3点を重要視していると考えられます。**つまり、「ユビキタス社会」では、単に“期待感を持たせる”だけでなく、“地に足を付けて信頼を築き、夢をカタチにできる技術・開発力を有し、更にドキドキワクワクするような夢を描ける能力を持つ”企業が求められている、と考えられます。**

## Press Release

### 調査結果からの考察

「ユビキタス」という単語自体は、新聞・雑誌などマスメディアで目にすることも多く、ビジネスパーソンにとっては既に目新しいものでは無くなりつつあると言えます。そして、その意味としては、未来への大きな期待感や可能性にあふれており、単なる“どこでもインターネットが使える社会”ではなく、“生活に必要な様々なモノを、たとえ離れていても、いつでもどこでも使える便利な社会”としてイメージされているようです。

携帯電話は、今や社会基盤へと存在感を高めつつある状況にあり、更に「ユビキタス社会」においては、“主役級の活躍”を期待されているといっても過言ではありません。現在は、エンターテインメントや生活情報へのニーズが目立っていますが、今後のショッピング利用におけるポテンシャルの高さ、またセキュリティや医療などライフライン機能としての期待感の高さは、強く感じられます。様々なインフラとしての役割を備えることで、生活にとって欠かせない“必需品”となる日が、すぐそこまで来ていると考えられます。

こうした「ユビキタス社会」では、企業のあり方もこれまでとは異なり、単に“期待を持たせる能力に長けている”、“足元の経営動向だけを見ている”のでは、社会に必要とされる企業とは言えなくなります。また、情報漏洩への不安感が増す昨今、“信頼性”への要求に対しても、企業はこれまで以上に応えていかなければなりません。

私たちサイバードは、これまで常にモバイルインターネット社会をリードし、その最先端で人々に感動をもたらすサービスの提供に努めてまいりました。すぐそこまで聞こえてきた「ユビキタス社会」の到来を前に、これまで築いてきた信頼を礎とし、次代に先駆けた技術開発力を携え、人々がドキドキワクワクするような夢をカタチにすべく、私たちは更なるモバイルの可能性を追求していきたいと考えております。

### 株式会社サイバードについて

会社名： 株式会社サイバード (<http://www.cybird.co.jp/>)  
本社： 東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー22F  
代表者： 代表取締役社長 堀 主知口バート  
設立： 1998年9月29日  
株式公開： JASDAQ 2000年12月21日(コード4823)  
資本金： 3,156百万円(2004年3月末現在)  
事業内容： 国内外におけるインターネット対応携帯電話向けコンテンツサービス、  
モバイルを活用した企業向けマーケティング、eコマース、クロスメディア  
ソリューションの開発/提供、並びにユビキタス社会に向けた次世代プラットフォームの研究開発  
従業員数： 313名(連結、2004年3月末現在)

#### <本件に関するお問い合わせ>

株式会社サイバード 広報室 近江(おうみ) 江島

TEL: (03) 5785-6111

E-Mail: [press@cybird.co.jp](mailto:press@cybird.co.jp)

\*サイバード及び「CYBIRD」ロゴは、株式会社サイバードの商標または登録商標です。