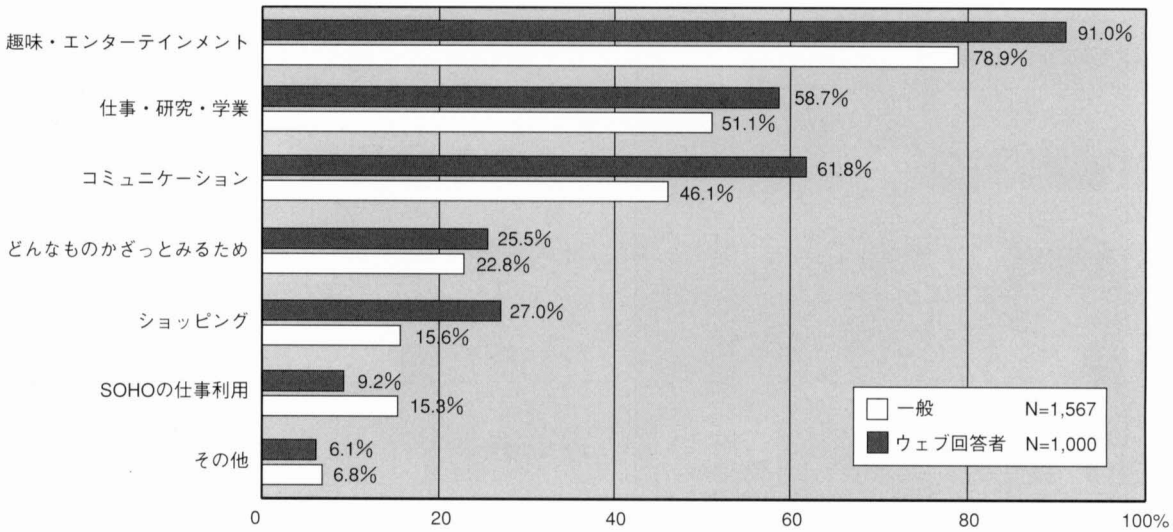
第４章　SOHO　SOHO利用の兆しが現われる

資料1-4-1　インターネットの利用目的



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解　説

第1章で個人、第2章で企業におけるインターネット利用について述べてきたが、家庭からの利用者が大幅に伸びる一方、企業におけるインターネットの導入率は鈍化してきている。この原因は多くの日本企業がコミュニケーションに関しては閉鎖的なビジネススタイルをとっており、いまだインターネットを利用する必然性やメリットを見いだせないでいることに起因している。この消極的な傾向はほかのアジア諸国と比較しても明らかである。最近ではむしろ企業の構成員1人1人が生産性の向上や情報収集のために個人レベルでインターネットを導入するケースが増えており、家庭と勤務先の両方からの利用者が大きく伸びる傾向にある。

このことから、今後はSOHOとしての利用率の増加が注目される。日本国内ではいまだSOHOの概念そのものが定着していないが、個人事業主などを中心に一般企業の従業員の中にもサテライトオフィス的なスタイルのSOHO利用が芽生えてきている。

今回の調査では調査票の中でSOHOを以下のように定義している。
SOHO（Small Office Home Officeの略）とは家庭や小事務所を個人、あるいは少人数の仕事用として利用する業務形態を指す。個人事業の自由業や専門技術職、自宅勤務のサテライトオフィス、パートの入力作業を含む。

1-4-1　インターネットの利用目的

「SOHOとしての仕事利用」という項目には、『一般回答者』で15.3%、『ウェブ回答者』で9.2%が利用目的として挙げている。現段階では「SOHO」という言葉自体に対する認知度や理解度による差があると思われるが、「商工自営業」、「専業主婦」、「企業経営・役員」、「自由業」などの職種を中心に利用目的として挙げられている。

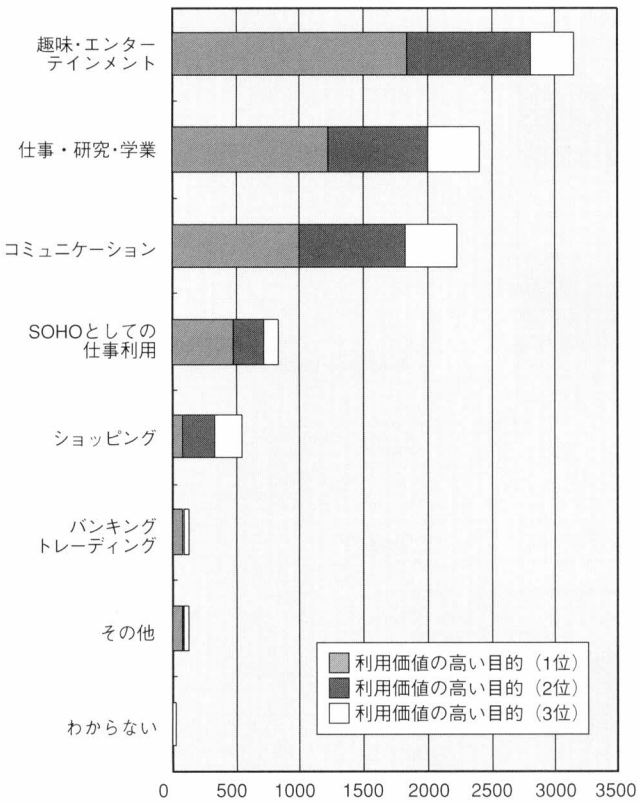
1-4-2　インターネットの利用目的として価値の高いもの

インターネットの利用目的を価値が高いと思う順に上位3つを聞いた。1位に最も多く挙げられているのは「趣味・エンターテ

インターネット白書／ ©1996-2012 Impress R&D

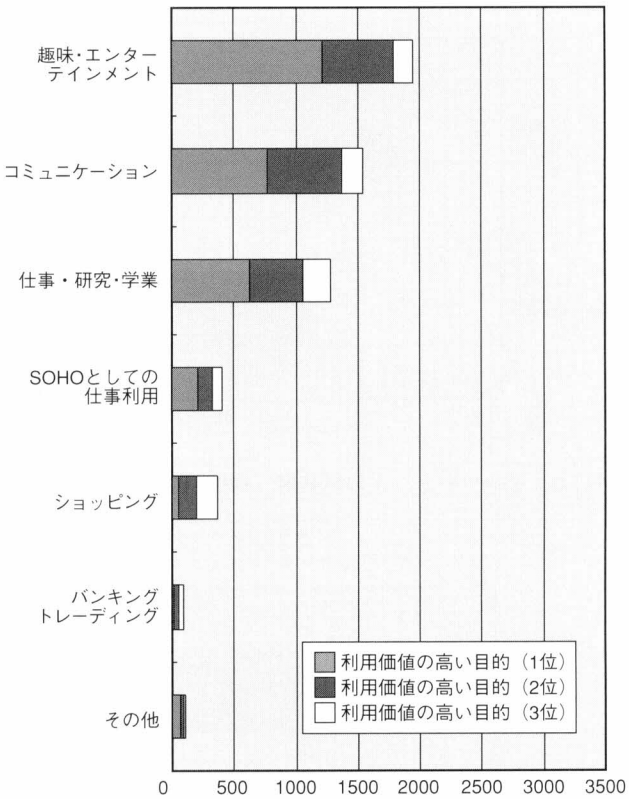
SOHOとしての仕事利用目的は15.3%

資料1-4-2-a　利用目的として価値の高いもの
（一般）N=1,567



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-4-2-b　利用目的として価値の高いもの
（ウェブ回答者）N=1,000



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解　説

インメント」の39.1%、2位は「仕事・研究・学業」の25.9%である。1位、2位、3位にそれぞれ3、2、1とポイント換算して比較した結果、やはり「趣味・エンターテインメント」が最も高く3,145ポイント（平均2.00ポイント）、次いで「仕事・研究・学業」の2,409ポイント（平均1.54ポイント）である。

「SOHOとしての仕事利用」は多分に「仕事・研究・学業」と混同されていることも考えられるが、1位に挙げている利用者も全体の1割を超えている。また、トータルのポイントでも882ポイント（平均0.53ポイント）と「ショッピング」の538ポイント（平均0.34ポイント）を上回り4番目という結果である。

『ウェブ回答者』でも1位に最も多く挙げられているのは「趣味・エンターテインメント」の41.4%だが、2番目は「コミュニケーション」の25.9%である。ポイントは同じく「趣味・エンターテインメント」が最も高く1,943ポイント（平均1.97ポイント）、次いで「コミュニケーション」の2,409ポイント（平均1.56ポイント）、「仕事・研究・学業」の1,284ポイント（平均1.30ポイント）である。

『ウェブ回答者』では「SOHOとしての仕事利用」はやや低く、1位に挙げている利用者は7.2%に過ぎず、トータルのポイントでも409ポイント（平均0.42ポイント）でなっており、全体的に「仕事」関連の利用目的は低くなっている。

それぞれのサンプル数は小さくなるが、これを職種別で見ると、「SOHOとしての仕事利用」を1位に挙げた利用者は「自由業」で45.5%と最も高く、以下多い順に「商工自営」（38.7%）、「専業主婦」（22.2%）、「その他業種の事務職」（20.7%）、「企業経営・役員」（18.9%）、「教職」（14.1%）となっている。

上位の職種において「SOHOとしての仕事利用」が多くなるのは理解しやすい。一方、日本企業のビジネススタイルからみれば、一般企業の従業員の中では「SOHOとしての仕事利用」は今のところ大きく伸びるのは難しいと言える。

インターネット白書／ ©1996-2012 Impress R&D

Internet White Paper ARCHIVES
インターネット白書
ARCHIVES
1996,1997,1998,1999,2000

［インターネット白書ARCHIVES］ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

http://IWParchives.jp/

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容（技術解説、データ、URL、名称など）は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者（執筆者、写真・図の作成者、編集部など）が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元（株式会社インプレスR&D）などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D（初期は株式会社インプレス）と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先 | 株式会社インプレスR&D | ✉ iwp-info@impress.co.jp

©1996-2012 Impress R&D, All rights reserved.