

「ビジネスパーソンと“ネットワーク”」アンケート実施結果について

住友生命保険相互会社（社長 橋本雅博）は、ビジネスパーソンの“ネットワーク”をテーマに、その実態や意識を把握するアンケート調査を実施しましたので、その集計・分析結果をお知らせいたします。

*一部の質問においては、当社が20年前（1996年）に実施した「ビジネスマンと“ネットワーク”」アンケートとのデータ比較も行っております。

< 要約 >

- ✓ インターネット上のネットワーク手段が広がりを見せる中にあっても、若い世代ほど、社内人脈を重視していたり、交際費への支出が高い傾向があるなど、“対面ネットワーク”重視の姿勢は強いようです。また、20年前との比較では、現在のネットワークを更に拡張していこうとする意欲が弱くなっている可能性が示唆されました。
- ✓ 人口減少や成長率の伸び悩みなど日本社会に閉塞感が広がる中、ネットワークにかかる意向にも、“拡大・成長しよう”という意気込みよりも、“今を守る”という意識の強さが表れているのかもしれない。

< 質問1 > あなたが持っているネットワークは次のうちどれですか。（複数回答）

- 『社内の人達』が60.7%でダントツのトップ。世代が若いほどこの傾向が強い。他方、『SNSなどインターネットでのみ通じている人達』は24.9%に留まる。
- 1996年調査と比較すると、『社外の異業種の人達』の減少（65.1%→22.1%）が特徴的。

< 質問2 > あなたが最も大切にしているネットワークは何ですか。

- 『社内の人達』が39.0%でトップ。
- 1996年調査と比較すると、<質問1>と同様に、『社外の異業種の人達』の減少（38.0%→11.0%）が特徴的。

< 質問3 > 今後、自分の持っているネットワークをどうしたいと考えていますか。

- 1996年調査と比較すると、『今のままで十分』の伸びが顕著（26.6%→61.4%）。
- 『さらに拡充したい』、『新たに参加・開拓したい』は大幅に減少（それぞれ、33.3%→16.1%、40.1%→15.0%）。こうしたネットワーク拡張派は、「20代」・「30代」でも20%未満に留まる。

< 質問4 > あなたはネットワークを維持するためにSNSを利用していますか。

- 『利用している』は39.2%。若年層ほど利用率が高いという傾向にあるものの、「20代」でも『利用している』は48.0%。

< 質問4-SQ > どのようにSNSを利用していますか。

- 『他人の発信を閲覧し、フォローやコメント等をする』が43.6%でトップ。『自ら積極的に情報発信』は27.0%に留まる。自らの発信に最も積極的なのは「50代以上」。

< 質問5 > ネットワークを維持するために必要な費用は、年間でいくらですか。

- 年間費用は全体平均で3万8,978円、「40代」は5万円超（5万6,284円）。

< 質問5-SQ > 最も高い支出は、何の費用ですか？

- 『交際費（飲食代含む）』が58.5%でトップ。若い世代ほど、交際費への支出が高くなっている。

< 調査概要 >

- 調査期間：平成28年7月8日～7月11日
- 調査方法：インターネット応募による選択方式および自由記入方式
- 調査対象：1,000人（全国のビジネスパーソン・男女各500名）

< 調査対象（有効回答）者の内訳 >

	20代	30代	40代	50代以上	合計 (%)
男性	150	150	100	100	500 (50.0)
女性	150	150	100	100	500 (50.0)
合計 (%)	300 (30.0)	300 (30.0)	200 (20.0)	200 (20.0)	1,000 (100.0)

※1996年実施アンケートの調査対象者は、東京・大阪地区のビジネスマン421人です。

< 質問1 > あなたが持っているネットワークは次のうちどれですか。（複数回答）

(%) ○内数字は順位

位	ネットワークの種類	全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代以上	1996年全体
1	社内の人達(同僚・上司・部下や他部門の人達)	60.7	62.2	59.2	66.3	62.7	58.5	51.5	83.4①
2	同じ趣味を持つ人達	29.9	28.4	31.4	31.3	29.3	32.0	26.5	39.9③
3	SNSなどインターネットでのみ通じている人達	24.9	23.0	26.8	26.0	26.3	22.5	23.5	11.9
4	社外の異業種の人達(同窓・同郷の集まりを含む)	22.1	20.2	24.0	23.7	22.7	20.5	20.5	65.1②
5	社外の同業種の人達	21.8	20.2	23.4	22.0	21.0	25.0	19.5	31.8
6	地域の人達(町内会やPTAなど)	10.3	10.4	10.2	6.7	11.0	12.0	13.0	11.4
7	ボランティア活動や社会貢献を目的とする人達	4.4	3.4	5.4	3.3	6.3	2.5	5.0	4.5

その他：全体 5.5%、男性 6.0%、女性 5.0%、20代 1.7%、30代 4.7%、40代 7.0%、50代以上 11.0%

全体では、同僚・上司・部下や他部門などの『社内の人達』とのネットワークが60.7%でトップとなりました。やはり、ビジネスシーンで一番身近な人達との繋がりが多いようです。

次いで、『同じ趣味を持つ人達』（29.9%）、『SNSなどインターネットでのみ通じている人達』（24.9%）と、オフビジネスでのネットワークが続きました。

男女別では、大きな差はみられませんでした。年代別では、『社内の人達』とのネットワークは20代が66.3%と最も高く、年代が高くなるにつれて縮小傾向にあります。一方、『地域の人達』とのネットワークは、年代が高くなるにつれて拡大傾向となっています。

また、『SNSなどインターネットでのみ通じている人達』は、各年代で25%前後の割合を占めており差はあまり見られず、年代に関係なくインターネットを通じたネットワークが普及していることがうかがえます。

20年前（1996年）に実施した同様のアンケート結果との比較では、『社内の人達』とのネットワークが、占有率は減少しつつも圧倒的トップであることは変わらない一方で、『社外の異業種の人達』とのネットワークは、65.1%から22.1%と大幅ダウンしており、現代ではより身近なネットワークを重視している傾向がうかがえます。また、1996年では『インターネットなどのパソコン通信ネットワーク』が11.9%に対して、2016年の『SNSなどインターネットでのみ通じている人達』が24.9%と倍増しています。

<質問2> あなたが最も大切にしているネットワークは何ですか。

(%) ○内数字は順位

位	ネットワークの種類	全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代以上	1996年全体
1	社内の人達(同僚・上司・部下や他部門の人達)	39.0	42.2	35.8	41.3	39.3	35.0	39.0	33.5②
2	同じ趣味を持つ人達	18.0	18.0	18.0	19.7	16.3	20.0	16.0	17.1③
3	SNSなどインターネットでのみ通じている人達	14.2	14.6	13.8	15.7	14.3	15.5	10.5	1.7
4	社外の異業種の人達(同窓・同郷の集まりを含む)	11.0	8.6	13.4	11.3	12.7	8.0	11.0	38.0①
5	社外の同業種の人達	7.4	6.6	8.2	6.3	7.3	9.5	7.0	5.5
6	地域の人達(町内会やPTAなど)	3.5	3.0	4.0	3.0	3.3	4.0	4.0	2.6
7	ボランティア活動や社会貢献を目的とする人達	1.5	1.0	2.0	1.0	2.3	1.0	1.5	1.7

その他：全体 5.4%、男性 6.0%、女性 4.8%、20代 1.7%、30代 4.3%、40代 7.0%、50代以上 11.0%

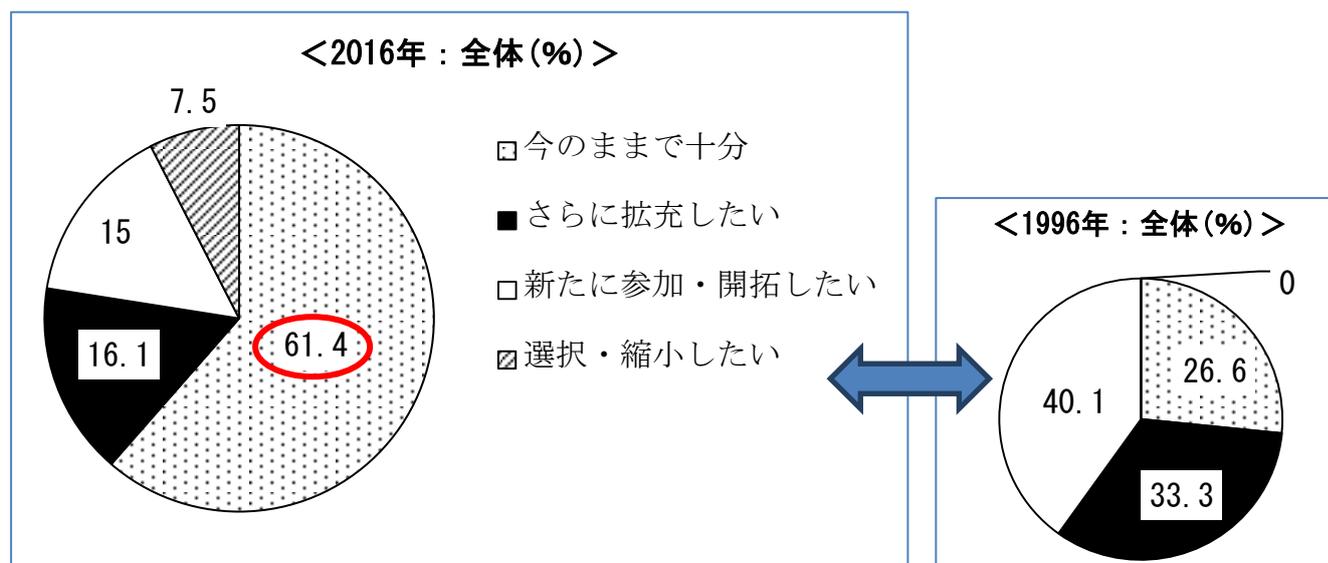
<質問1>の選択肢の中で、最も大切にしているネットワークを聞いたところ、『社内の人達』とのネットワークが39.0%でトップとなりました。次いで、『同じ趣味を持つ人達』（18.0%）、『SNSなどインターネットでのみ通じている人達』（14.2%）と続き、全体の順位は<質問1>と同様の結果になりました。

男女別では、『社内の人達』が男性42.2%に対して女性35.8%で、『社外の異業種』と『社外の同業種』の合計では、男性15.2%に対して女性21.6%と、若干ながら女性の方が「社内」よりも「社外」という傾向にあるようです。年代別の差はあまりみられませんでした。

20年前（1996年）に実施した同様のアンケート結果との比較では、1996年ではトップであった『社外の異業種の人達』とのネットワークが38.0%から11.0%に大幅ダウンしています。<質問1>同様、より身近なネットワークを重視する傾向が鮮明になっています。

さらに、1996年では『インターネットなどのパソコン通信ネットワーク』が僅か1.7%であったのに対し、2016年の『SNSなどインターネットでのみ通じている人達』が14.2%と大幅に増加しており、SNSが上位に躍進しています。

<質問3> 今後、自分の持っているネットワークをどうしたいと考えていますか。



<男女別：年代別>

	全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代以上	1996年全体
今のままで十分	61.4	59.0	63.8	55.0	56.0	66.5	74.0	26.6
さらに拡充したい	16.1	19.8	12.4	19.3	16.7	17.0	9.5	33.3
新たに参加・開拓したい	15.0	13.6	16.4	17.0	19.7	10.5	9.5	40.1
選択・縮小したい	7.5	7.6	7.4	8.7	7.7	6.0	7.0	0.0

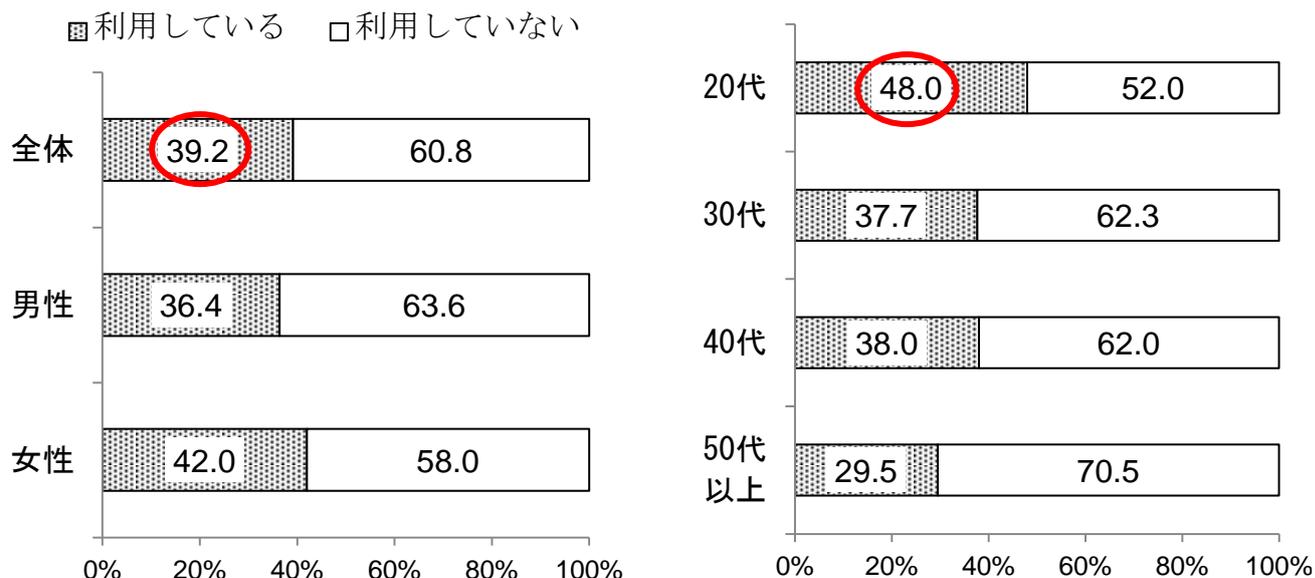
『今のままで十分』が61.4%と圧倒的な割合を占めました。一方、『さらに拡充したい』16.1%や『新たに参加・開拓したい』15.0%など、ネットワーク拡張派は約3人に1人(31.1%)に留まっています。

男女別では、『さらに拡充したい』が男性19.8%に対して女性12.4%と、男性の方がネットワーク作りにやや積極的のようです。

年代別では、年代が高くなるにつれて『今のままで十分』の割合がアップしています。他方、『さらに拡充したい』や『新たに参加・開拓したい』というネットワーク拡張派は、20代や30代でも20%未満に留まります。

また、20年前(1996年)に実施した同様のアンケート結果との比較では、ネットワーク作りに意欲的な「拡充」「参加・開拓」派は、1996年では合わせて約4人に3人(73.4%)に上っていたのに対して、2016年では31.1%と大幅に減少しました。

<質問4> あなたはネットワークを維持するためにSNSを利用していますか。



ネットワークを維持するためにSNSを『利用している』との回答は約4割(39.2%)に留まりました。年代別でみると、日頃SNSを巧みに使いこなしているイメージの20代でも『利用している』が半数割れの48.0%でした。さらに、『利用していない』が30代(62.3%)・40代(62.0%)と6割超、50代以上は7割超(70.5%)と、やはり年代が高くなるにつれて割合が高くなる傾向にあります。

<質問4-SQ> どのようにSNSを利用していますか。

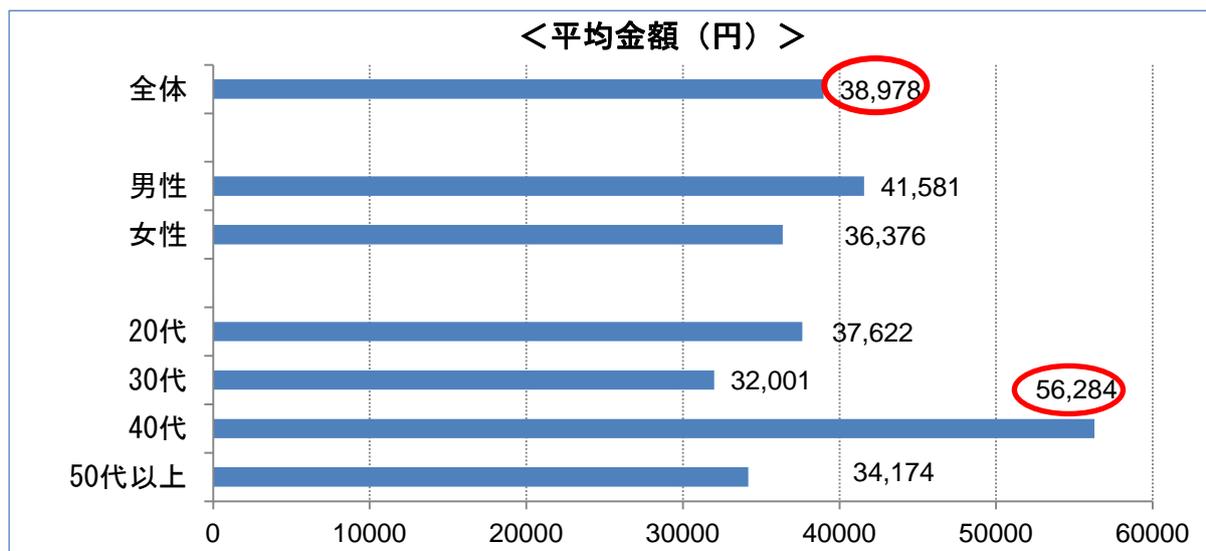
(質問4で「利用している」と答えた方のみ回答)

(%)

	利用方法	全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代以上
位	(人)	392	182	210	144	113	76	59
1	他人の発信を閲覧し、フォローやコメント等をする	43.6	41.2	45.7	46.5	36.3	51.3	40.7
2	他人の発信を閲覧のみ	29.3	28.6	30.0	27.8	33.6	27.6	27.1
3	自ら積極的に情報発信	27.0	30.2	24.3	25.7	30.1	21.1	32.2

SNS利用者でも『自ら積極的に情報発信』する人は、27.0%と3割弱に留まるという結果になりました。しかも、最も割合が高かったのは50代以上32.2%で、<質問4>で利用している割合が最も高かった20代は25.7%と低調で、SNSやインターネットを利用することに慣れている世代でも積極的に情報発信しているとはいえないようです。

<質問5> ネットワークを維持するために必要な費用は、年間でいくらですか。



0円から19万円まで幅広い回答がありました。全体の平均金額は、年間3万8,978円で、月額に換算すると3,000円強といったところです。

男女別では、男性4万1,581円に対して女性3万6,376円と、男性の支出が若干多い結果となりました。

年代別では、40代が5万6,284円と、他の世代が3万円台であるのに対して突出しているのが特徴的です。

<質問5—SQ> 最も高い支出は、何の費用ですか？（質問5で金額を明示した方のみ）

(%)

	ネットワークの種類	全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代以上
位	(人)	643	336	307	201	184	124	134
1	交際費（飲食代含む）	58.5	54.2	63.2	62.7	59.8	56.5	52.2
2	通信費（パソコン、スマホ等）	29.9	36.3	22.8	27.4	28.3	33.9	32.1
3	交通費	5.8	6.3	5.2	6.5	6.5	3.2	6.0
4	会費（セミナー参加費等）	5.3	2.7	8.1	3.5	4.9	5.6	8.2

その他：全体0.6%、男性0.6%、女性0.7%、20代0.0%、30代0.5%、40代0.8%、50代以上1.5%

全体では『交際費（飲食代）』が58.5%でトップとなりました。

年代別では、若い世代ほど『交際費（飲食代）』への支出が高く、SNSやインターネットを通じてのネットワークが普及しつつある現代においても、ネットワークを維持するために対面でのコミュニケーションにお金をかけている実情が表れています。

以上