

# 電磁シールドオフィスに関する意識調査

石橋 孝一

キーワード：電磁シールド, 事務所, 意識調査, テキストマイニング, モレ分析

## 研究の目的

電磁シールドルームを取巻く市場は、無線 LAN 通信の情報漏洩対策や電子機器類の発展に伴う新たな障害対策により、伸びることが期待されていた。しかし、電磁シールド建材（壁材、ガラスなど）の市場は、過去 4 年を振り返っても横這いの傾向であり、

年間 900 億円程度である。

本報では、「電磁シールドオフィス」の市場が伸びない原因を探るため、ビジネスパーソンを対象に実施した、電磁シールドの認知度合いや重要度に関する意識調査の結果を報告する。

## 研究の概要

意識調査の概要は以下である。

- ・調査方法：インターネットによる Web アンケート
- ・調査対象者：首都圏（東京・神奈川・千葉・埼玉）に在住の 20 才以上のビジネスパーソン（男女）
- ・有効回答数：417 名

アンケートの質問内容は以下である。

- Q1. あなたは「電磁シールドオフィス（電磁シールドルーム）」をご存知でしたか？
- Q2. あなたのオフィス（会議室を含む）には、電磁シールドルームがありますか？
- Q3. あなたのオフィス（会議室も含む）に電磁シールドルームを設置することはどの程度重要だと思いますか？

SQ3. Q3でお答えになった理由を自由にお書き下さい

Q4. あなたにとって、「パソコン画面の盗聴対策」と「会話の盗聴対策」とでは、どちらが重要だと思いますか？

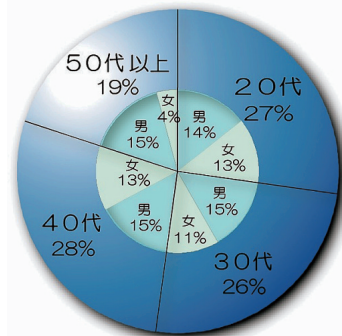


図-1 年代別、および男女別の割合

## 研究の成果

「電磁シールドオフィス（電磁シールドルーム）」の認知度は 18%である。

図-2のプロセスごとのモレの割合が、現在の市場の傾向を表すと仮定すれば、モレの82%を占める「電磁シールドオフィス」の認知度の低さが、ボトルネックであることは明らかである。認知度のモレの割合を 18%減らす（認知度 2 倍増）ことで、現在の市場が 2 倍に伸びる可能性がある。

しかし、「重要ではない（興味・欲求なし）」や「設置していない（採用しない）」のモレの割合にも着目する必要がある。認知度を上げることも重要であるが、「知っているが重要と思えない」や「重要と思うが採用できない」に関する理由を調査することも必

要である。調査を行うことで、「電磁シールド市場」の課題が明確にできると考える。

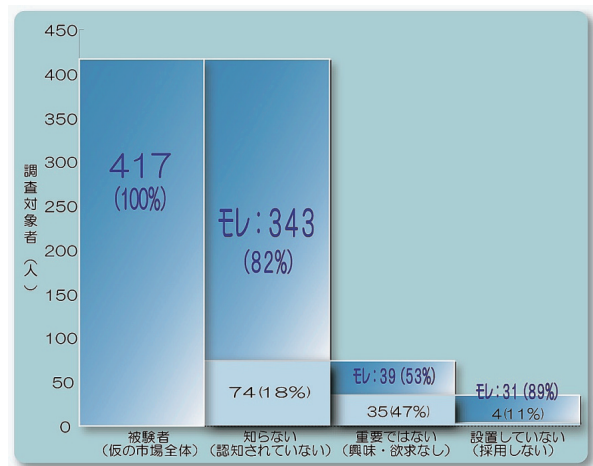


図-2 モレ分析

Attitude Survey Towards Electromagnetically Shielded Offices

KOICHI ISHIBASHI

Key Words: Electromagnetic Shielding, Office, Attitude Survey, Text Mining, Leakage Analysis