



総務省

電気通信事業分野における競争状況の評価2007

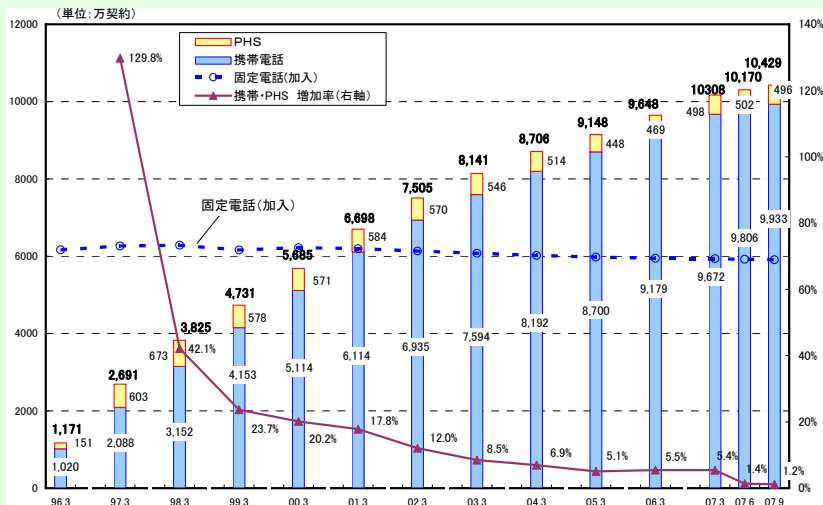
～プラットフォーム機能が競争に及ぼす影響に関する分析～

【参考資料】

2008年1月

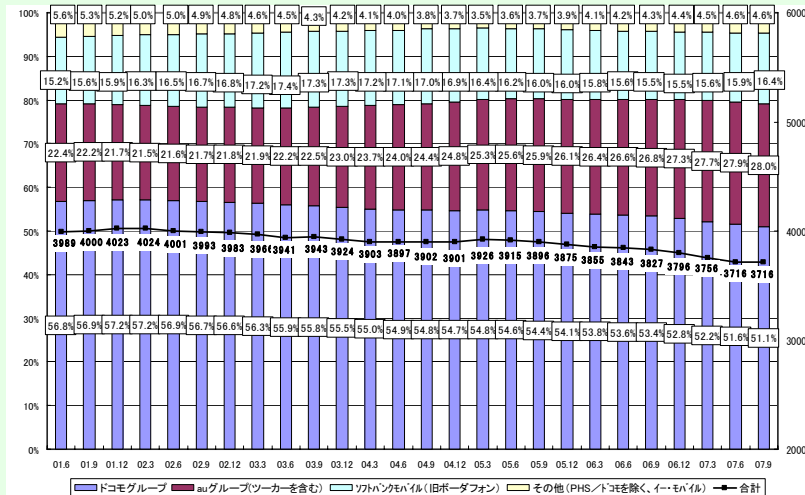
携帯電話市場の特性

契約数の推移



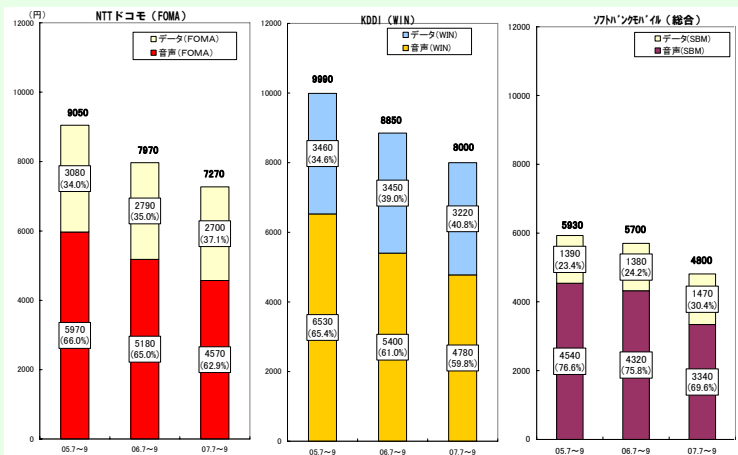
＜契約数は、07年9月時点で1億429万件。増加率は減少。＞

上位3社シェアとHHI



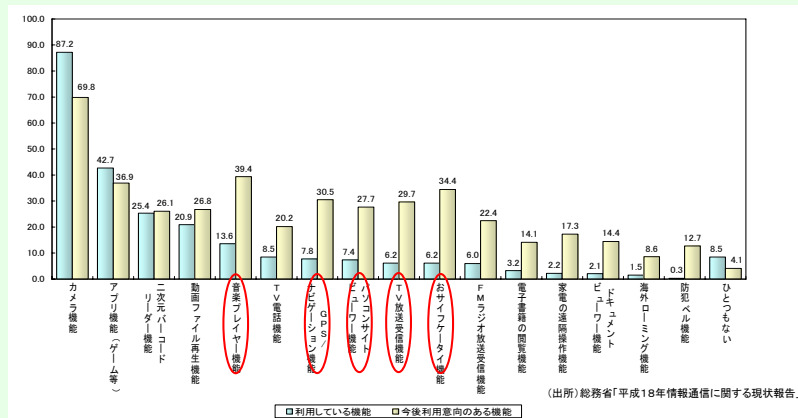
＜上位3社のシェアは引き続き横ばい傾向。＞

ARPUの推移



＜市場全体の売上高は増加しているものの、ARPUは下落傾向。内訳としては、データ通信が増加。＞

上位レイヤーのサービスの利用意向



＜携帯電話機能の利用意向からは、コンテンツ・アプリケーションへのニーズの多様化・高度化が予想される。＞

Webアンケート調査の概要

プラットフォーム機能が市場において果たしている役割、消費者の便益や意識等を把握するため、携帯電話(PHSを含む)を利用している個人を対象としたアンケート調査を実施。

1 webアンケート調査

調査方法

アンケート調査会社によるwebアンケート調査

調査実施時期

2007年12月

調査対象

- ①携帯電話(PHSを含む。以下同様。)を利用している者 914名(MNP利用者含む)
- ②携帯電話を利用者のうち、MNPを利用した者 228名

2 携帯電話アンケート調査

調査方法

アンケート調査会社による携帯電話のインターネット機能を用いたアンケート調査。

1の調査のうち一部の設問のみを抽出して実施。

調査実施時期

2007年12月

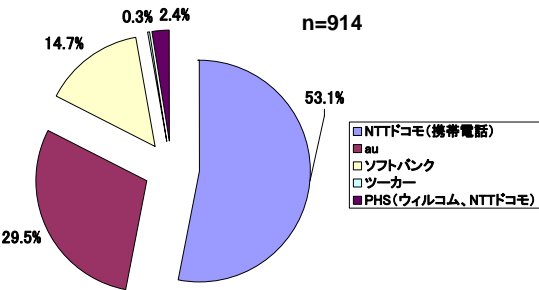
調査対象

携帯電話のみでインターネットを利用している利用者 200名

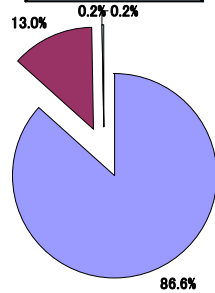
(注)特記していない限り、本分析においては、基本的に1①の調査結果を利用。

「1 Webアンケート調査①」 回答者属性

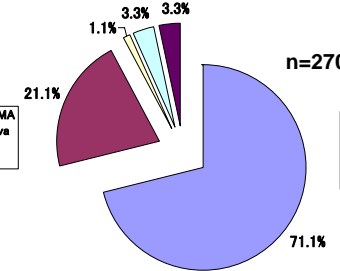
現在利用している携帯電話会社



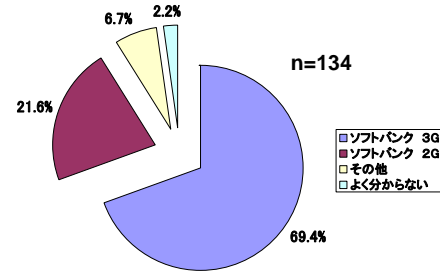
NTTドコモ



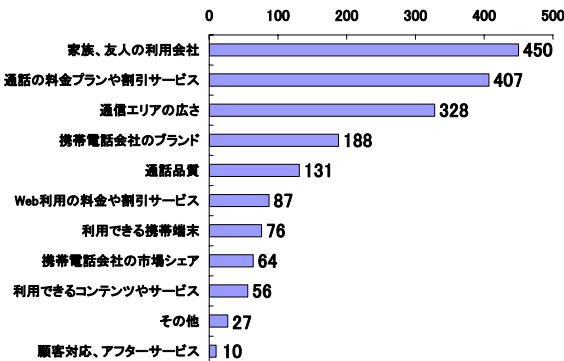
au



ソフトバンク

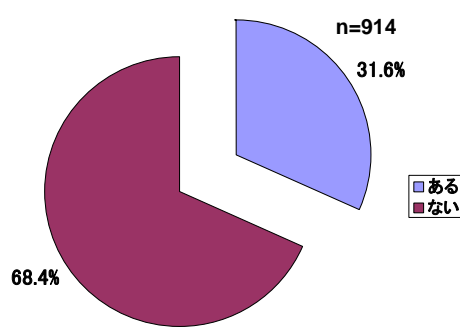


携帯電話会社選択理由(3つまで)

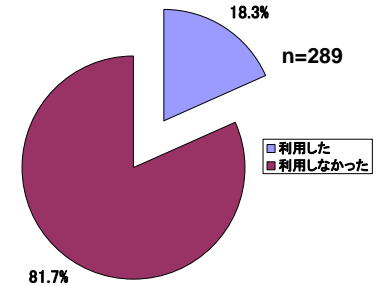


(914人に対して質問し、回答合計1824)

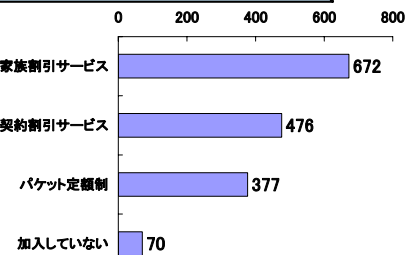
携帯電話会社の変更の有無



現在の携帯電話会社に変更した際のMNP制度の利用の有無

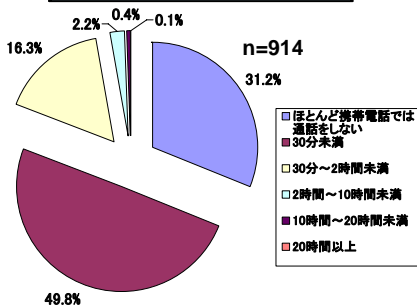


加入している割引サービス(該当するものすべて)

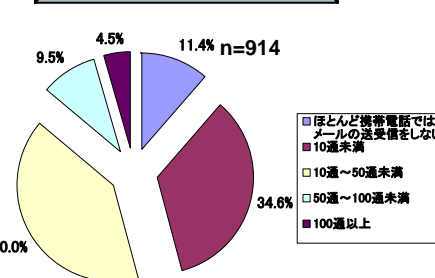


(914人に対して質問し、回答合計1595)

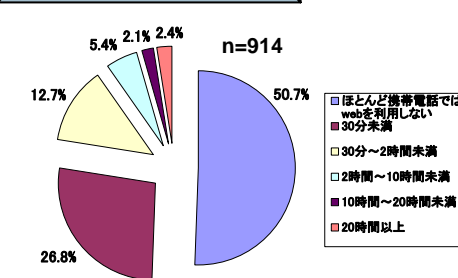
1週間の携帯電話での平均通話時間



1週間の携帯電話での平均メール送受信数



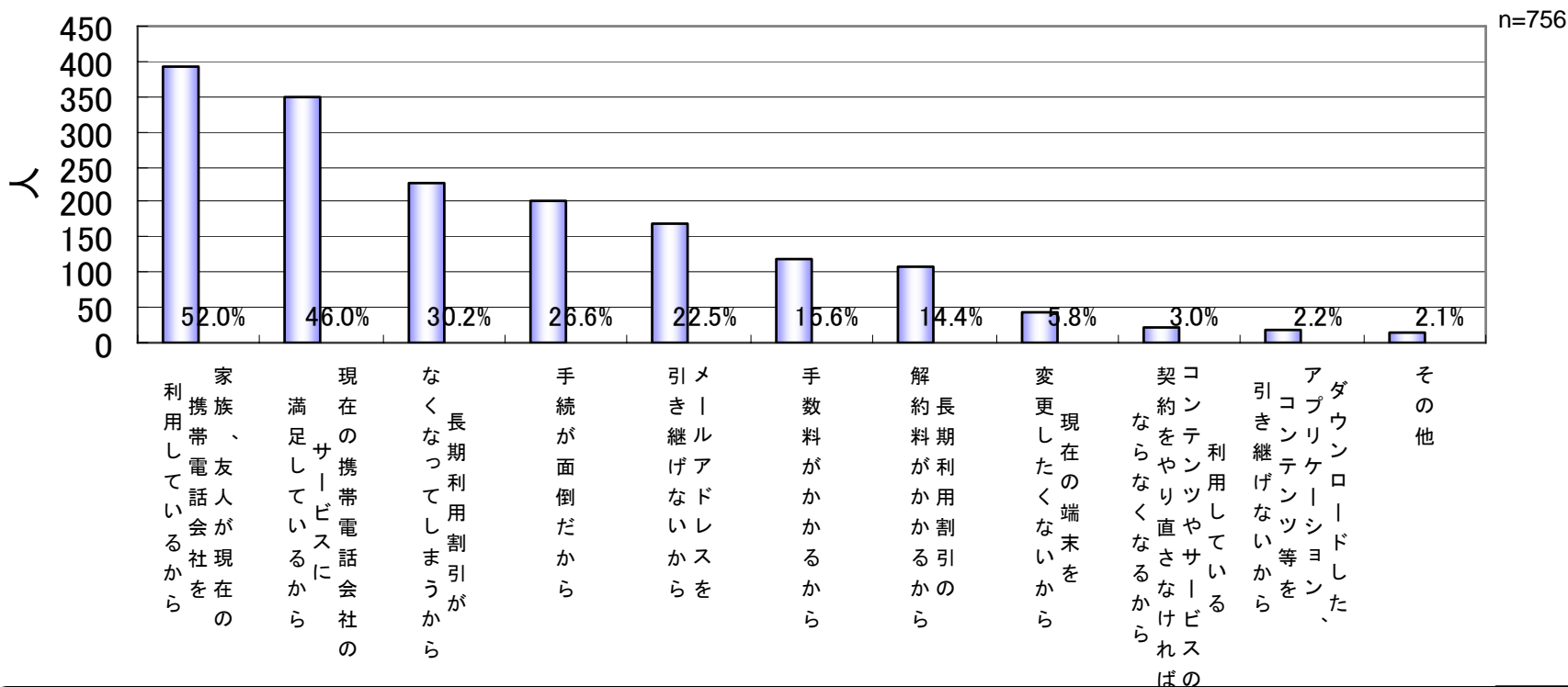
1週間の携帯電話でのwebの平均利用時間



調査結果 ① - 携帯電話会社を変更しようと思わない理由 -

- 今後、他の携帯電話会社を変更する意向を有していない回答者に対して、その理由を3つまで尋ねたところ、①家族・友人が現在の携帯電話会社を利用している、②現在の携帯電話会社に満足している、③長期利用割引がなくなる、等の回答が多数を占めた。
- 現在の携帯電話会社に満足している場合を除けば、変更しない理由としては、利用料金や手数料等の負担の影響が大きいと考えられる。
- ただし、メールアドレスが引き継げないとの回答が22.5%存在。他方、端末を変更したくないとの回答は5.8%、ダウンロードしたコンテンツ等の引き継ぎ、有料情報サイト等のサービスの契約手続を挙げた者は、2~3%程度であり、料金面に着目した回答に比べて低い割合に留まっている。

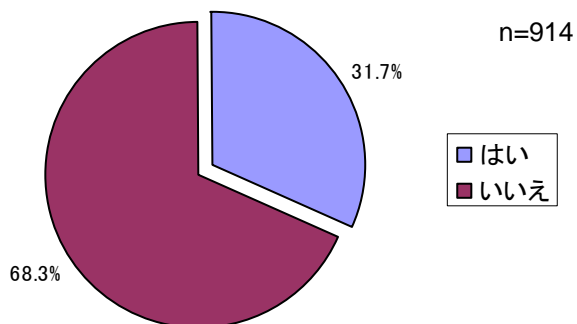
携帯電話会社を変更しようと思わない理由は何ですか。3つまでお答えください。



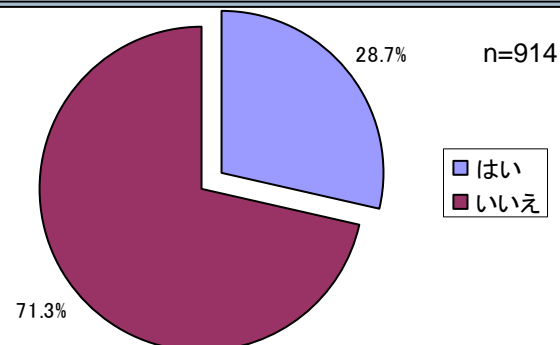
調査結果 ② - 継続利用に係るサービスの利用意向 -

1. 全回答者に対し、プラットフォーム機能を活用したサービスの利用意向を調査。具体的には、一定の手数料等を支払うことを前提として、携帯電話会社を変更しても、①ポータブルなメールアドレス(携帯電話会社のメールアドレス以外のメールアドレス)、②ダウンロードしたコンテンツ、③有料情報サイト等のサービス、④端末を、引き続き利用できるサービスがあった場合の利用意向を調査。
2. これらのサービスについて、③(18.2%)を除いて、概ね3割程度の利用意向が認められる。

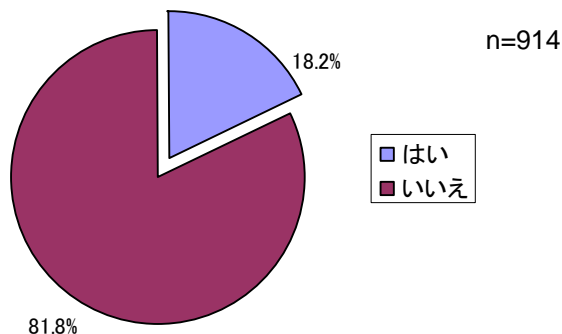
①メールアドレス(携帯電話会社以外のメールアドレス)の継続利用



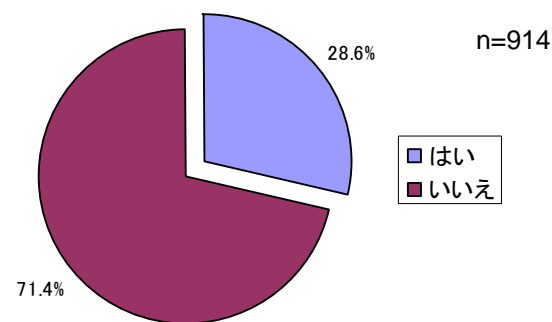
②ダウンロードしたコンテンツの継続利用



③携帯端末から利用するサービス(ニュース、交通情報などの有料情報サイト等)の継続利用



④携帯端末の継続利用



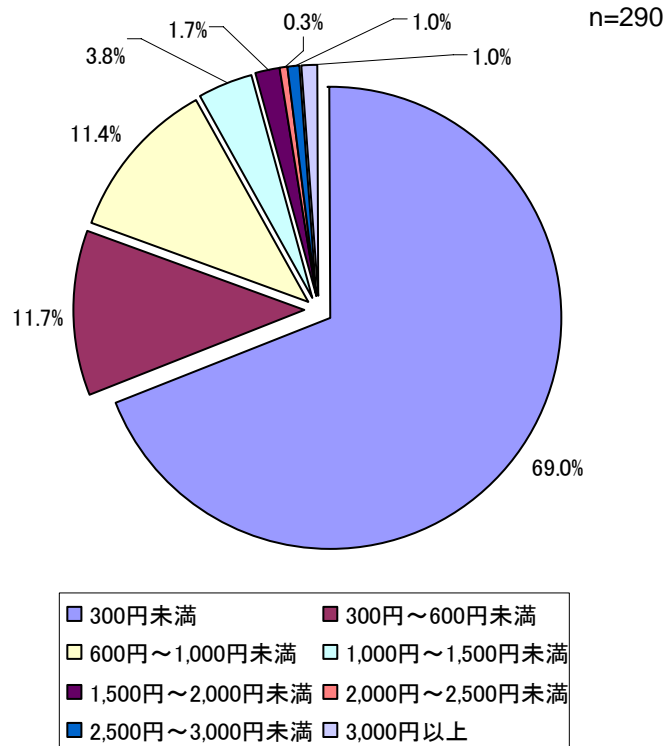
調査結果 ③ - 継続利用に係るサービスに対する支払意思額(1) -

1. 各サービスについて利用意向を示した者に、手数料に関する支払意思額を調査。

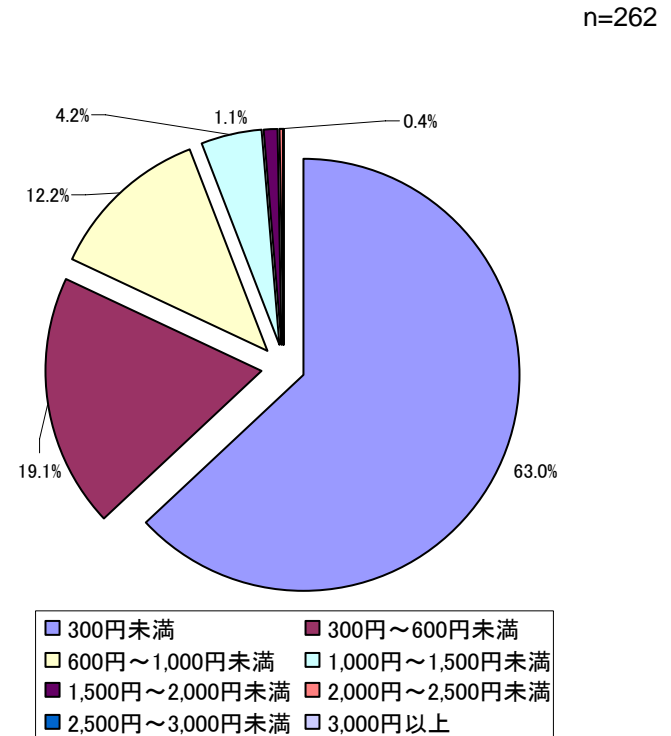
(注) 手数料は携帯電話会社を変更する都度支払うものとし、①～③については、月額の利用料が別途かかる場合もあるものと仮定して質問したもの。

2. ①携帯電話会社のメールアドレス以外のメールアドレスの継続利用、②ダウンロードしたコンテンツの継続利用については、今回の設問の仮定を前提とすれば、いずれも300円未満と回答した者が約2/3を占めるが、それ以上の額を回答した者も約1/3程度の割合で存在。

①メールアドレス(携帯電話会社以外のメールアドレス)の継続利用



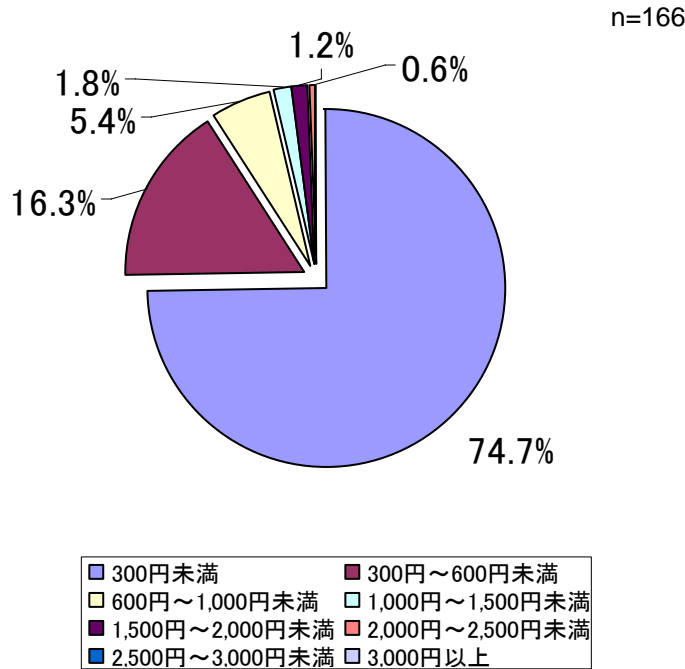
②ダウンロードしたコンテンツの継続利用



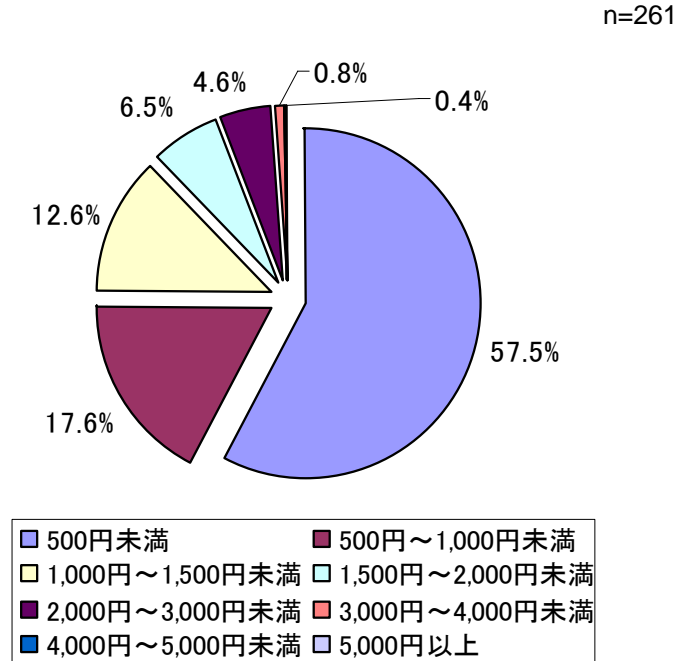
調査結果 ④ - 継続利用に係るサービスに対する支払意思額(2) -

- ③携帯端末から利用するサービス(ニュース、交通情報などの有料情報サイト等)の継続利用は全体の約3/4が300円未満と回答。
- ④携帯端末の継続利用は、500円未満と回答した者が6割弱程度を占めるが、それ以上の額を回答した者も比較的多数。
- ①~④とも、一定の条件の下、2~3割程度の回答者に一定の金額を支払う意思が認められる。

③携帯端末から利用するサービス(ニュース、交通情報などの有料情報サイト等)の継続利用



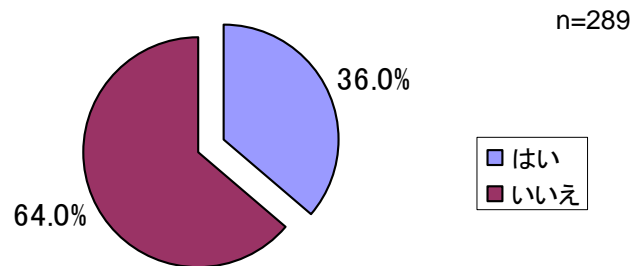
④携帯端末の継続利用



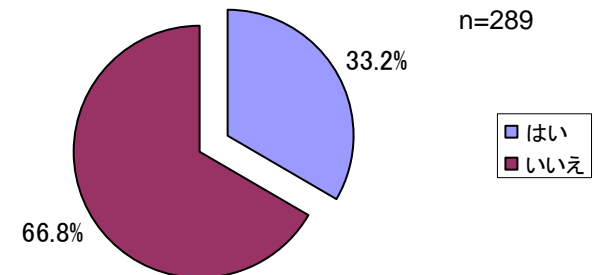
調査結果 ⑤ 携帯電話会社変更経験がある者に限った場合(1)

1. 今までに携帯電話会社を変更したことがある回答者に限って集計すると、各サービスの利用意向を示す回答の比率が高くなる傾向が見られる。
2. 現在有料コンテンツを利用している者に限って集計した場合にも、各サービスの利用意向を示す比率は①37.5%、②45.2%、③28.8%、④38.5%となり、利用意向を示す回答の比率は高くなる傾向にある。

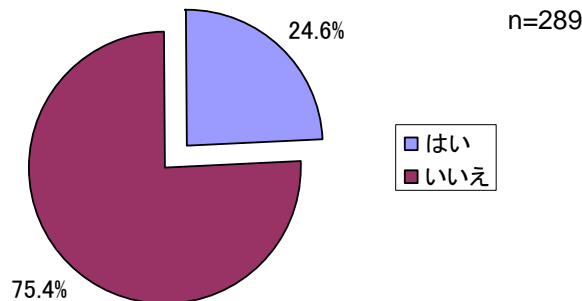
①メールアドレス(携帯電話会社以外のメールアドレス)の継続利用



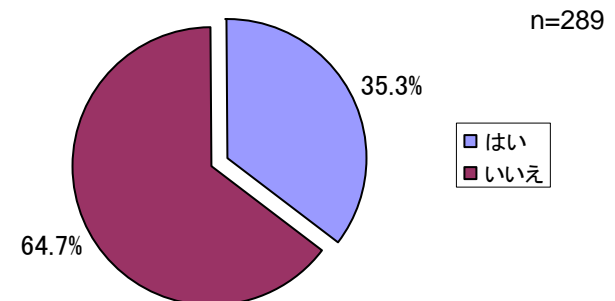
②ダウンロードしたコンテンツの継続利用



③携帯端末から利用するサービス(ニュース、交通情報などの有料情報サイト等)の継続利用



④携帯端末の継続利用



調査結果 ⑤ 携帯電話会社変更経験がある者に限った場合(2)

1. 携帯電話会社変更の経験がある者に限った場合の支払意思額の変化の傾向を把握するため、階級値を用いて加重平均を計算。(ただし、「3000円以上」、「5000円以上」の回答については、それぞれ3000円、5000円として計算。)
 (注) 金額は、傾向の比較のために仮に算出したものであり、当該金額の絶対水準の評価を目的とするものではない。また、上述のように、手数料は携帯電話会社を変更する都度支払うものとし、①～③については、月額の利用料が別途かかる場合もあるものと仮定して質問したもの。
2. 携帯電話会社の変更の経験がある者に限った場合、いずれも支払意思額が高くなる傾向がある。

支払意思額の傾向の比較

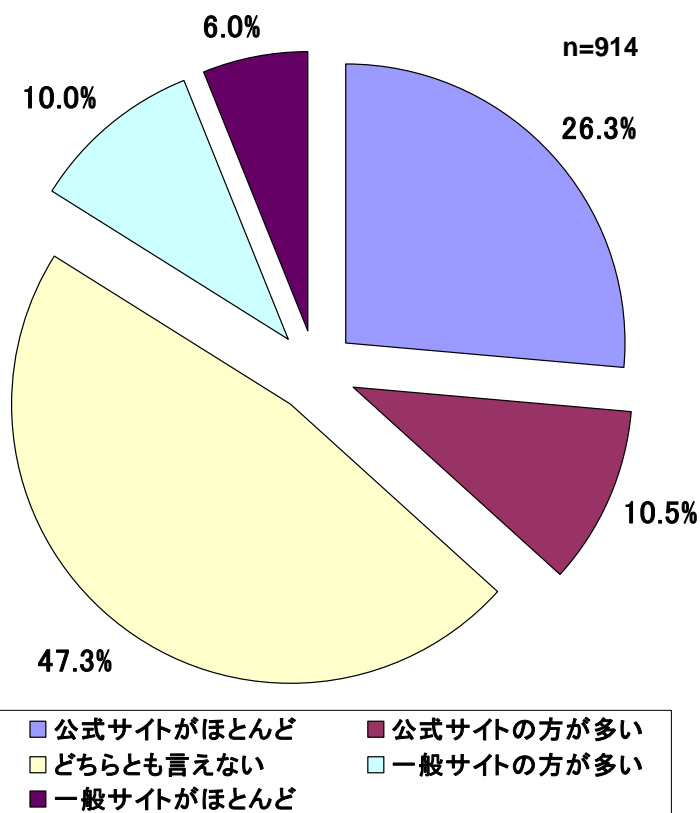
継続利用	携帯電話会社変更経験あり	現在、有料コンテンツを利用している者	全対象者
メールアドレス (携帯電話会社以外のメールアドレス)	477円	532円	392円
コンテンツ	402円	439円	359円
サービス(有料情報サイト等)	320円	334円	285円
端末	752円	856円	707円

※階級値を用いて計算。ただし、3000円以上、5000円以上はそれぞれ3000円、5000円で計算。

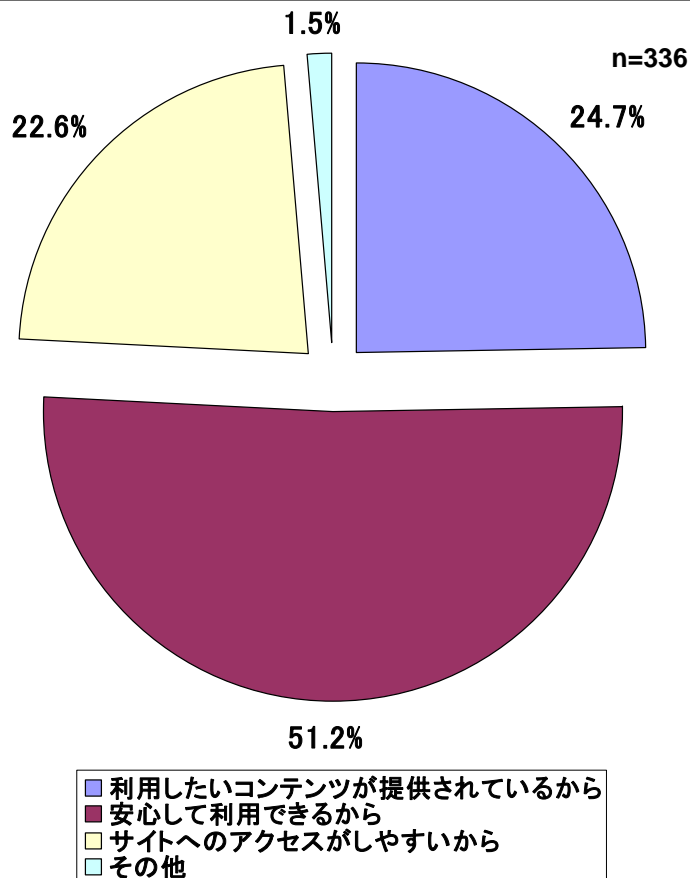
調査結果 ⑥ - 「公式サイト」と「一般サイト」間の利用状況 -

1. 公式サイトと一般サイトの利用実態について、公式サイトをより多く利用する者が36.8%、一般サイトをより多く利用する者が16.0%であるのに対し、「どちらとも言えない」との回答が47.3%にのぼった。
2. 公式サイトをより多く利用する者にその理由を求めたところ、「安心して利用できるから」(51.2%)、「利用したいコンテンツが提供されている」(24.7%)、「サイトへのアクセスがしやすい」(22.6%)を挙げる回答が多数を占めた。
3. 「コンテンツの安心」感を理由として主として公式サイトを利用している回答者は、全回答者の18.8%に過ぎない。

「公式サイト」と「一般サイト」のどちらを多く利用していますか。



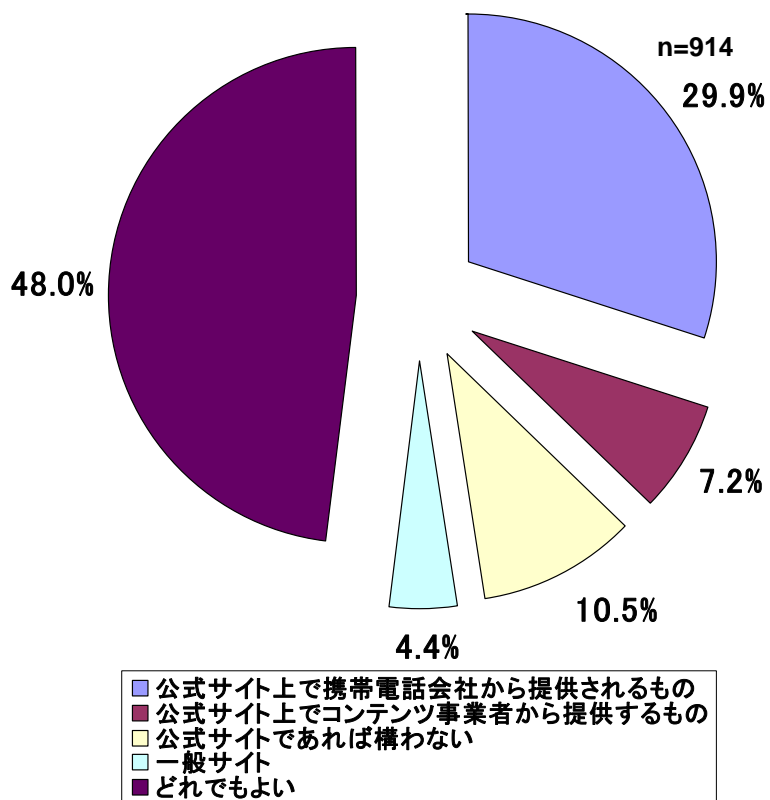
「公式サイト」の方を多く利用するのはなぜですか。



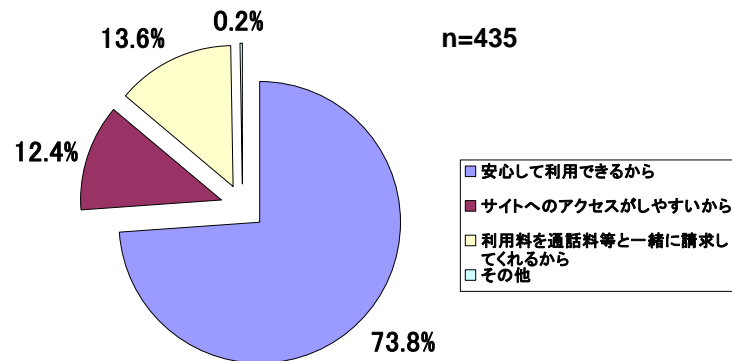
調査結果 ⑦ - 同一有料コンテンツの利用における「公式サイト」と「一般サイト」間の利用意向 -

1. 同じ内容の有料コンテンツについて、公式サイト・一般サイトの別等について利用意向を調査したところ、「どちらでもよい」という回答が約半数(48.0%)に達した。
2. 公式サイトを利用する理由としては、「安心して利用できるから」(73.8%)、「利用料を通話料等と一緒に請求してくれるから」(13.6%)、「サイトへのアクセスがしやすい」(12.4%)となった。
3. 一般サイトを利用する理由としては、「利用料が安そうだから」(52.5%)、「サイトへのアクセスがしやすいから」(30.0%)、「安心して利用できる」(12.5%)となった。

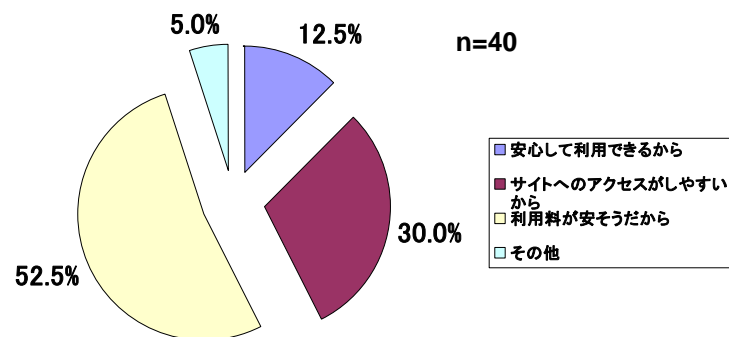
同じ内容の有料コンテンツについて、どのように提供されているものを利用しますか。



「公式サイト」上のものを利用するのはなぜですか。



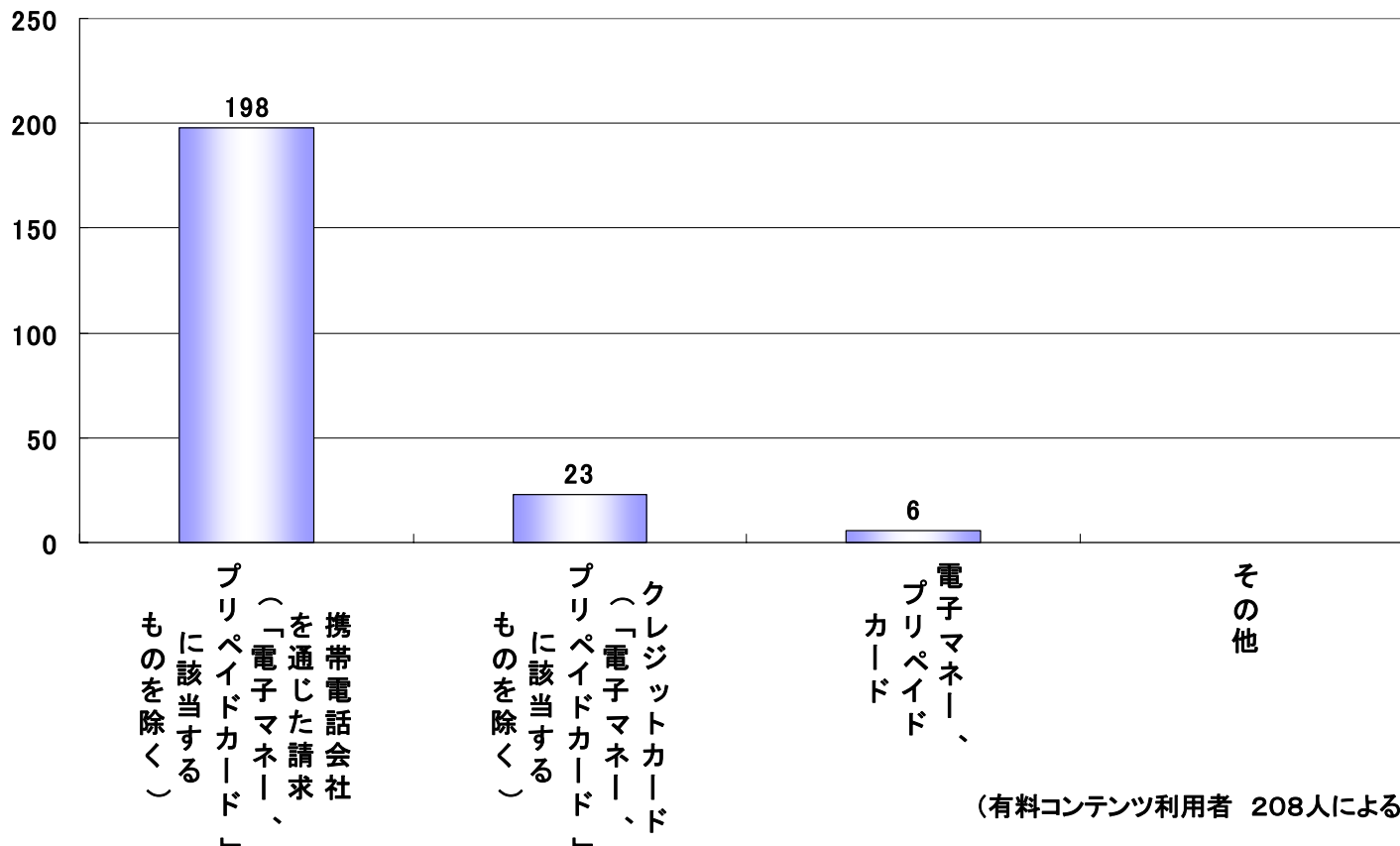
「一般サイト」を利用するのはなぜですか。



調査結果 ⑧ - コンテンツ利用料の支払い方法 -

1. 有料コンテンツを利用しているユーザに対し、利用料の支払い方法を複数回答制で質問したところ、多くの利用者が「携帯電話会社を通じた請求」を利用している結果となった。
2. 有料コンテンツ利用の多くが公式サイトのものであると推測され、利用者は公式サイトに支払の利便性を感じていると考えられる。
3. クレジットカードを利用したとの回答も1割程度にのぼり、有料コンテンツの決済手段として今後重要性を増す可能性がある。

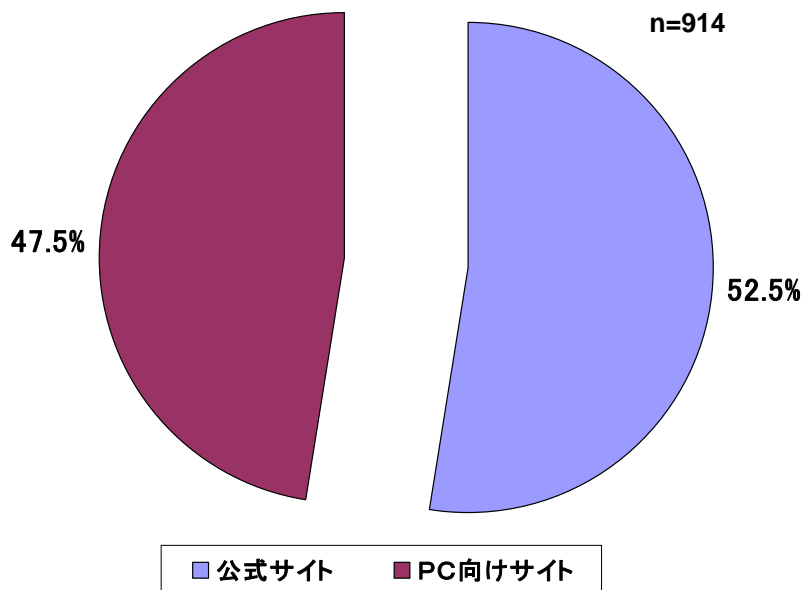
有料コンテンツの利用料の支払い方法として、どのようなものを利用したことがありますか。



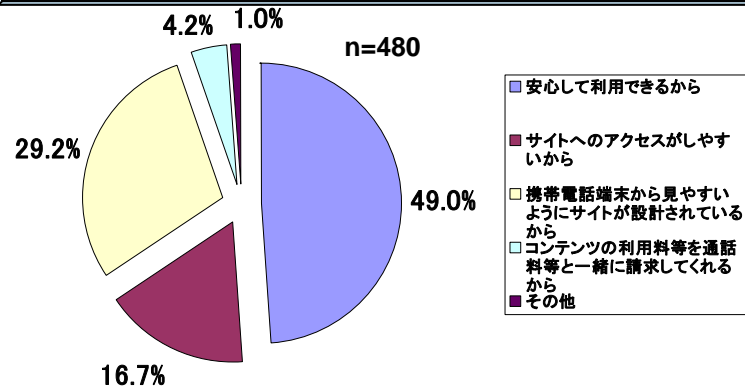
調査結果 ⑨ - 「公式サイト」とPC向けサイト間の利用意向 -

1. コンテンツ等を携帯電話経由で利用する場合に、携帯電話用の「公式サイト」を選択する利用者とPC向けサイトを選択する利用者はほぼ同数であった。
2. その中で「公式サイト」を選択する理由としては、「安心して利用できるから」(49.0%)、「携帯電話端末から見やすいようにサイトが設計されている」(16.7%)、「コンテンツの利用料等を通話料等と一緒に請求してくれる」(4.2%)となった。
3. PC向けサイトについては、「普段PCで利用しているサービスをそのまま利用できる」(50.0%)、「サイトの情報量が多い」(22.6%)、「コンテンツ等の種類が豊富」(16.1%)等となり、普段PCで利用しているサービスとのシームレスなサービスへの期待が窺える。

あるコンテンツやサービスを利用しようとする場合、携帯電話用の「公式サイト」とPC向けサイトのどちらをより利用したいですか。



「公式サイト」を利用するのはなぜですか。



PC向けサイトを利用するのはなぜですか。

