

平成 20 年度第 1 回電気通信サービスモニター調査

主な調査結果及び主な調査結果に対する総務省の考え方

1. 固定電話について

固定電話サービスの利用状況について調査を行いました。

各固定電話サービスの認知度については、「サービスの内容を詳しく知っている」の割合が高いのは、NTT加入電話の 28.8% (21.8%) と 7ポイント増加しており、一方、「知らない」の割合が高いのは、ソフトフォンの 51.5% (57.8%) となっています。

現在、固定電話サービスに加入していない方が固定電話サービスに加入しない理由については、「携帯電話を利用しているから」が最も高く、75.4% (60.0%) と 15ポイントも増加しています。

現在、固定電話サービスに加入している方がその固定電話サービスを選択した理由については、「昔からそのサービスを利用しているから」が 49.5% (52.6%) と最も高く、次いで、「加入している固定電話の料金が安いから」が 26.6% (26.1%) と昨年度と比べても、加入している固定電話サービスの選択理由に大きな差異のない結果となっています。

固定電話サービスを変更した経験のある方が、固定電話サービスを変更した理由については、「加入している固定電話の料金が安いから」が 47.7% (58.0%) で減少傾向にあります。最も高く、現在加入している固定電話サービスを変更していない理由については、「事業者のブランドや信頼性が高いと思うから」が 43.8% (43.3%) で引き続き最も高い結果となっています。

一方、今後加入したい固定電話サービスがある方が、現在とは異なる固定電話サービスに変更したい理由については、「加入したい固定電話の料金が安いから」50.2% (53.7%) が減少している一方、「携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」の 39.7% (32.1%) は増加しています。現在加入している固定電話サービスを変更したくない理由については、「事業者のブランドや信頼性が高いと思ったから」が 34.8% (32.2%) と引き続き最も高い結果となっています。

2 . 移動体通信について

移動体通信（携帯電話・PHSサービス）の利用状況について調査を行いました。

移動体通信に加入している方が、現在加入している移動体通信事業者を選択する際に重視した点については、「家族・友人等が使用している事業者」が引き続き最も高く、43.1%（41.6%）であり、次いで「事業者ブランド」が37.4%（38.7%）となっています。

現在利用している移動体通信端末に対する不満点については、「料金水準（料金が安いかなにか）」が38.4%（41.3%）、「料金体系（料金プラン、割引オプション）」が29.7%（26.2%）と引き続き料金に関する不満が多くなっています。

3 . 固定電話と移動体通信等について

固定電話、携帯電話・PHSの使い分け、それぞれの通話時間などの利用状況について調査を行いました。

在宅時の固定電話、携帯電話・PHSの利用状況については、「通話料が無料や安くなるかなどを考え、通話先に応じて使い分けている」が63.5%（59.4%）と4ポイントも増加し、引き続き最も高くなっています。

総務省では、平成15年度から「電気通信事業分野における競争状況の評価」を実施しているところであり、平成20年度の実施に当たって今回の調査結果を有効に活用していく予定です。

4 . 電子メール利用について

電子メールの利用のうち、広告宣伝メールに関する受信者の意識を中心に調査を行いました。

「送信してくることを同意したものの以外は受け取りたくない」又は「一切、受け取りたくない」という意識を全体の91.2%（90.0%）が有しており、電子メールの利用者の74.9%（77.0%）が「同意なく送信される広告宣伝メール」を不快に感じていました。特に、「一切、受け取りたくない」は39.1%（24.7%）で約15ポイントも増加しています。広告宣伝メールの内容については、受信者のうち55.2%（58.5%）が出会い系サイト等の広告宣伝メールを受信していました。また、受け取りを望まないメールへの対応として、「ISPや携帯電話事業者社側でブロックするなどの対策の強化」が68.1%（68.7%）で引き続き最も高く、次いで「法律の規制強化」55.2%（53.0%）や「パソコンや携帯電話側での受信対策としての機能強化」49.7%（49.0%）となっており半数以上の回答者が何らかの対策を求めていると考えられます。

総務省では、平成 20 年に改正された「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律（平成 14 年法律第 26 号）」の着実な執行とともに、ISP や携帯電話事業者等関係者と協力して迷惑メール対策を一層推進してまいります。

5 . 携帯電話不正利用防止法について

振り込め詐欺対策のために平成 18 年に全面施行された「携帯音声通信事業者による契約者等の本人確認等及び携帯音声通信役務の不正な利用の防止に関する法律（平成 17 年法律第 31 号。以下「携帯電話不正利用防止法」といいます。）」の認知状況について調査を行いました。

今回の調査結果によると、携帯電話不正利用防止法の認知状況については、15.3%（18.6%）が「知っている」と回答しており、「聞いたことはあるが、内容は知らない」と回答した 30.9%（31.0%）と合わせると、半数近くの回答者が携帯電話不正利用防止法の存在を知っているとの結果となっております。

また、認知経路については、テレビのニュース及び新聞記事が半数を占めていますが、携帯電話ショップの店員やカタログ等の電気通信事業者による周知も進められています。

認知している法律の内容については、携帯電話不正利用防止法の存在を知っていると回答した者の 94.3%（97.6%）が「契約や譲渡の際に、本人確認が義務付けられている」と回答しており、新規契約及び譲渡時の本人確認義務については認知が進んでいるものと考えられます。

総務省は、今後も振り込め詐欺対策を推進していくために、引き続き法律の周知等に努めていきます。

6 . 電気通信事業者の個人情報の取扱いについて

電気通信事業者の個人情報の取扱いに対する疑問、不満の有無について調査を行いました。

電気通信事業者が個人情報を流用している（のではないかと心配）との回答が 45.1%（57.6%）と約 13 ポイントも減少している一方、疑問・不満は特にないと回答は 42.7%（30.1%）と約 13 ポイントも増加しています。具体的には電気通信事業者や代理店等からの電話での勧誘の際に、個人情報の取扱いについて疑問、不満を感じたと回答が 53.9%（56.8%）となっております。

電気通信事業者から個人情報が漏えいしたとの連絡を受けた事がある人は、全体の 8.7%（9.2%）あり、その際の電気通信事業者の対応については、「納得のいくものであった」、「漏えいに対しての不満はあるが対応は誠意のあるものであった」との肯定的な

回答が 62.0% (50.6%) と 6 割以上に増加する一方、「十分な説明がなく満足できなかった」等の否定的な回答は 35.4% (44.7%) と 3 割強に減少しました。

また、電気通信事業者のプライバシーポリシー遵守や自主的取組で具体的に期待している取組みは、「本人申告があれば勧誘電話やダイレクトメール等の確実に自主的停止すること」が最も多く、66.1%となっています。次いで「プライバシーポリシー等を全体的に分かりやすい表現で記述して公表することや、たとえば契約時に利用者に対して十分説明を行う等、個人情報取り扱いに関する説明を充実すること」が、40.1%となっています。

今回の調査結果を踏まえ、電気通信事業分野の個人情報の適切な取扱いの一層の推進に努めてまいります。

1. 固定電話サービスの加入について

(1) 各固定電話サービスの認知度

固定電話サービスについて、「1 サービスの内容を詳しく知っている」割合が高いのは、「A NTT東・西日本が提供する加入電話」(28.8%)及び、「E 050-IP電話」(16.5%)という結果となった。「2 サービスの内容を説明文の半分程度知っている」の割合を加算しても、これらが上位2項目となる。一方、「4 知らない」の割合が高い固定電話サービスは、「ソフトフォン」(51.5%)となっている。

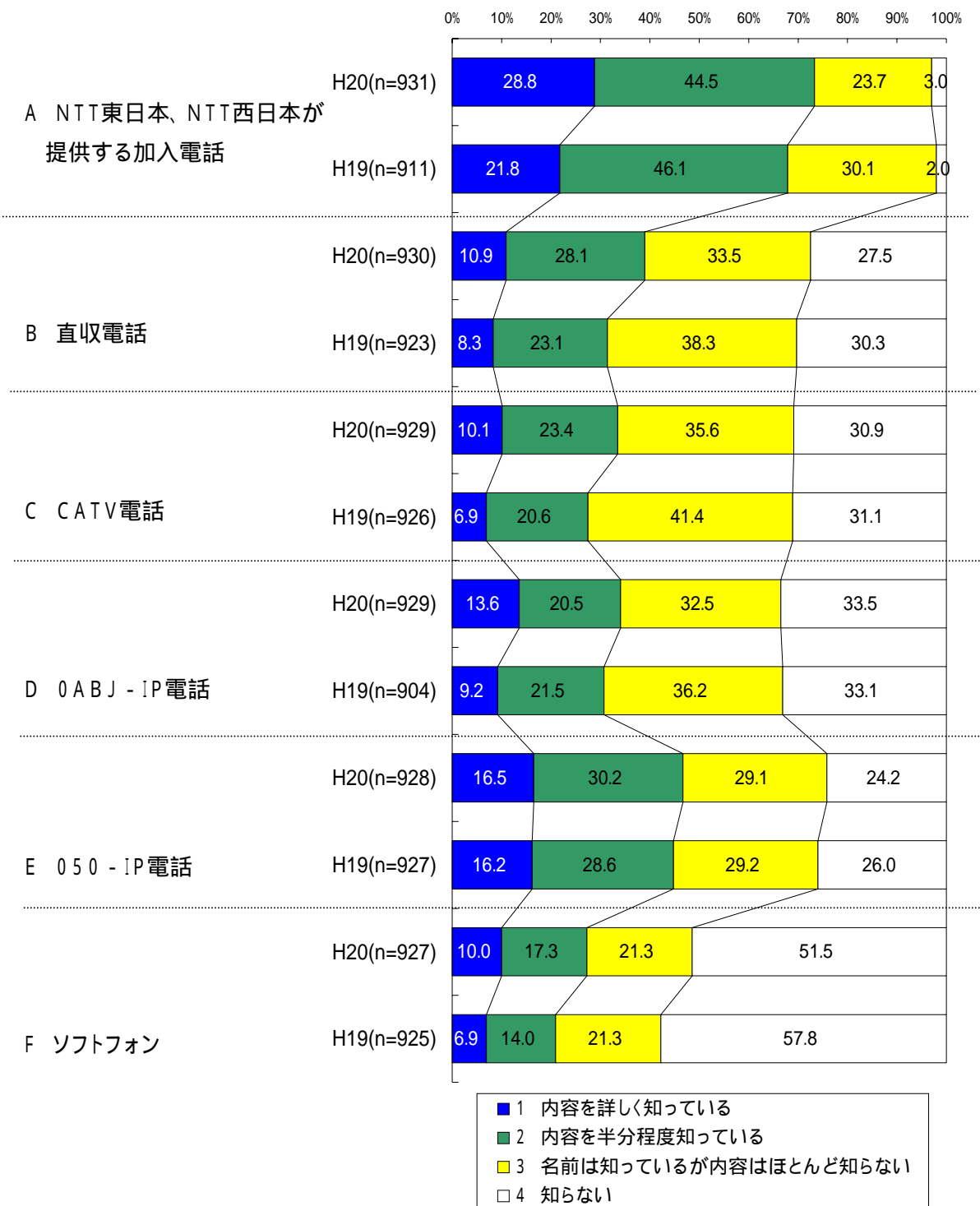
いずれの固定電話サービスも、昨年度(H19)よりも認知度が上昇しており、特に「A NTT東・西日本が提供する加入電話」の認知度が7ポイントも高くなっている。またIP系電話の「D 0ABJ-IP電話」、「F ソフトフォン」の認知度も3ポイント以上上昇している。

(全員の方にお聞きます)

問1 以下のA～Fの6つの固定電話サービスについてどの程度ご存知ですか。下記の説明文を読んで、それぞれについて知っていた度合いを、1～4のうち最も近いものから1つずつ選択してください。

	1 サービスの内容を詳しく知っている	2 サービスの内容を説明文の半分程度知っている	3 名前は知っていたが内容はほとんど知らない	4 知らない
A NTT東・西日本が提供する加入電話	1	2	3	4
B 直収電話	1	2	3	4
C CATV電話	1	2	3	4
D 0ABJ-IP電話	1	2	3	4
E 050-IP電話	1	2	3	4
F ソフトフォン	1	2	3	4

問1 各固定電話サービスの認知度



(3) 固定電話サービスに加入していない理由

固定電話サービスに加入していない理由は、「4 携帯電話を利用しているから」が最多で75.4%と7割を超えている。次いで、「6 電話自体をあまり利用しないから」と「1 利用料金が高いから」がともに23.1%と続いている。

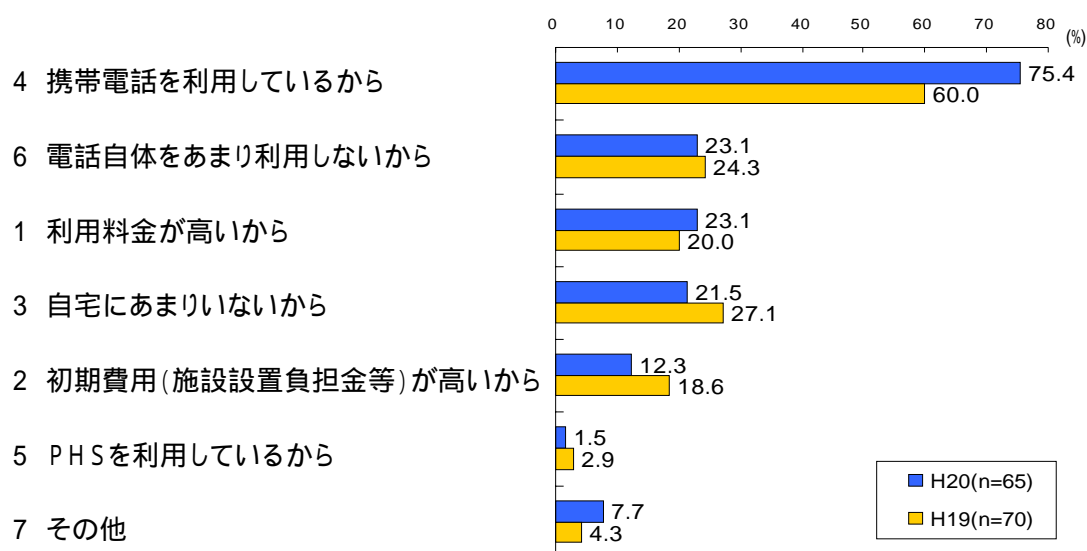
昨年度(H19)と比べると、「4 携帯電話を利用しているから」という理由が15ポイントも増加している(H19:60.0% H20:75.4%)。逆に、「2 初期費用(施設設置負担金等)が高いから」(H19:18.6% H20:12.3%)、「3 自宅にあまりいないから」(H19:27.1% H20:21.5%)などの理由は減少している。

(問2で選択肢「19」を選択した方にお聞きします。)

問3 固定電話サービスに加入していないのはなぜですか。あてはまるものを2つまで選択してください。

- 1 利用料金が高いから
- 2 初期費用(施設設置負担金等)が高いから
- 3 自宅にあまりいないから
- 4 携帯電話を利用しているから
- 5 PHSを利用しているから
- 6 電話自体をあまり利用しないから
- 7 その他()

問3 固定電話サービスに加入していない理由



(4) 加入している固定電話サービスの選択理由

加入している固定電話サービスの選択理由は、「9 昔からそのサービスを利用しているから」が49.5%とほぼ半数に達している。次いで、「1 加入している固定電話の料金が安いから」(26.6%)、「2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」(24.7%)、「4 事業者のブランドや信頼性が高いと思うから」(20.6%)が2割台で続く。

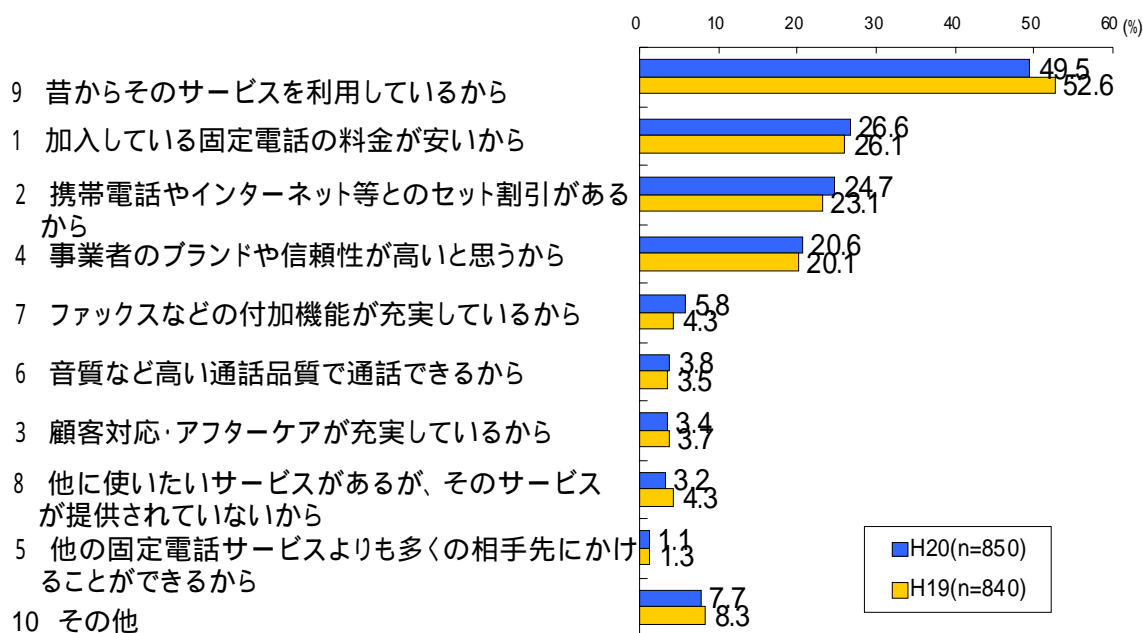
昨年度(H19)と比べても、加入している固定電話サービスの選択理由に大きな差異はみられない。

(問2で選択肢「1」～「18」を選択した方にお聞きします)

問4 加入している固定電話サービスについて、なぜそのサービスを選択したのですか。あてはまるものを2つまで選択してください。

- 1 加入している固定電話の料金が安いから
- 2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから
- 3 顧客対応・アフターケアが充実しているから
- 4 事業者のブランドや信頼性が高いと思うから
- 5 他の固定電話サービスよりも多くの相手先にかけることができるから
- 6 音質など高い通話品質で通話できるから
- 7 ファックスなどの付加機能が充実しているから
- 8 他に使いたいサービスがあるが、そのサービスが提供されていないから
- 9 昔からそのサービスを利用しているから
- 10 その他()

問4 加入している固定電話サービスの選択理由



(13) 現在加入している固定電話サービスに変更した理由

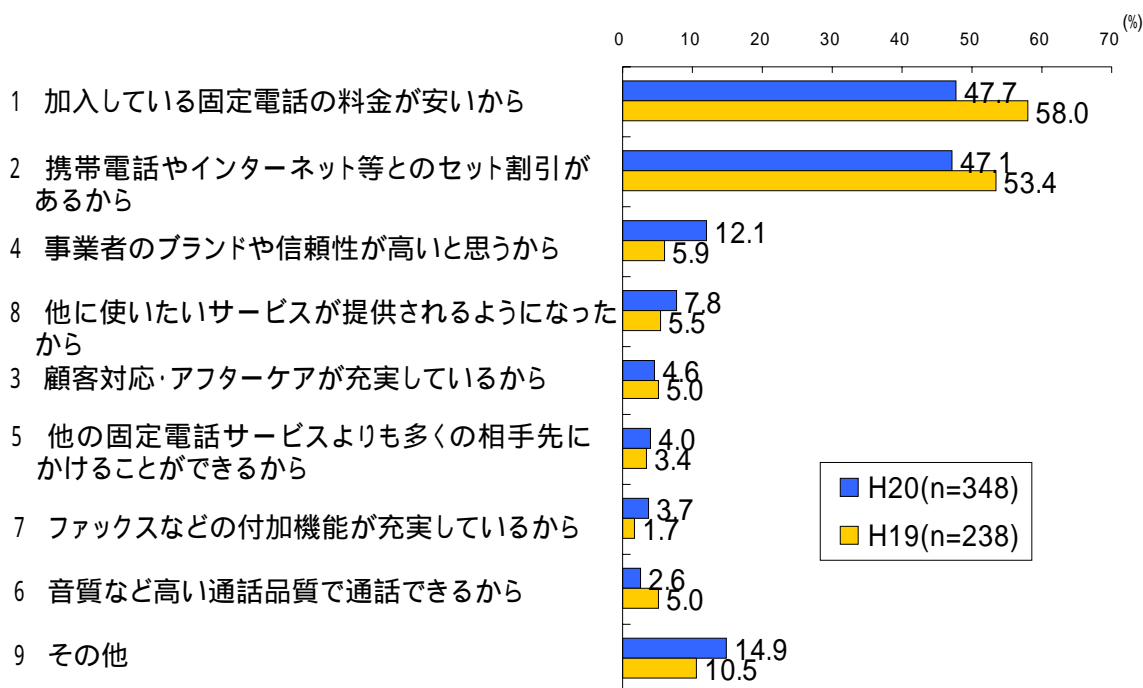
現在加入している固定電話サービスに変更した理由は、「1 加入している固定電話の料金が安いから」が47.7%、「2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」が47.1%と同程度で、料金面に関する理由が4割以上を占めている。昨年度（H19）と比べると、現在加入している固定電話サービスに変更した理由としての料金面に関する理由が減少傾向にあり、逆に「4 事業者のブランドや信頼性が高いと思うから」（H19：5.9% H20：12.1%）という理由が増加している。

（問11で選択肢「1」～「5」を選択した方にお聞きします）

問13 なぜ固定電話サービスを変更したのですか。あてはまるものを2つまで選択してください。

- 1 加入している固定電話の料金が安いから
- 2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから
- 3 顧客対応・アフターケアが充実しているから
- 4 事業者のブランドや信頼性が高いと思うから
- 5 他の固定電話サービスよりも多くの相手先にかけられることができるから
- 6 音質など高い通話品質で通話できるから
- 7 ファックスなどの付加機能が充実しているから
- 8 他に使いたいサービスが提供されるようになったから
- 9 その他（ ）

問13 現在加入している固定電話サービスに変更した理由



(14) 現在加入している固定電話サービスを変更していない理由

現在加入している固定電話サービスを変更していない理由は、「4 事業者のブランドや信頼性が高いと思うから」が43.8%と最も多い。

昨年度(H19)と比べると、「1 加入している固定電話の料金が安いから」(H19: 11.1% H20: 14.6%)、「2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」(H19: 10.3% H20: 13.7%)などの理由が増加傾向にある。他方、「8 他に使いたいサービスがあるが、未だ提供されていないから」(H19: 11.3% H20: 7.5%)が減少傾向にある。

その他の回答内容では、「面倒だから」という理由が上位を占めており、「変更が面倒」が33件、「他社との比較検討が面倒・分かりづらい」、「他の固定電話サービスがある事を知らなかった、他のサービスが提供されていなかった」がともに9件と上位。他には、「当初から利用している」、「固定電話をあまり使わない」が挙がっている。

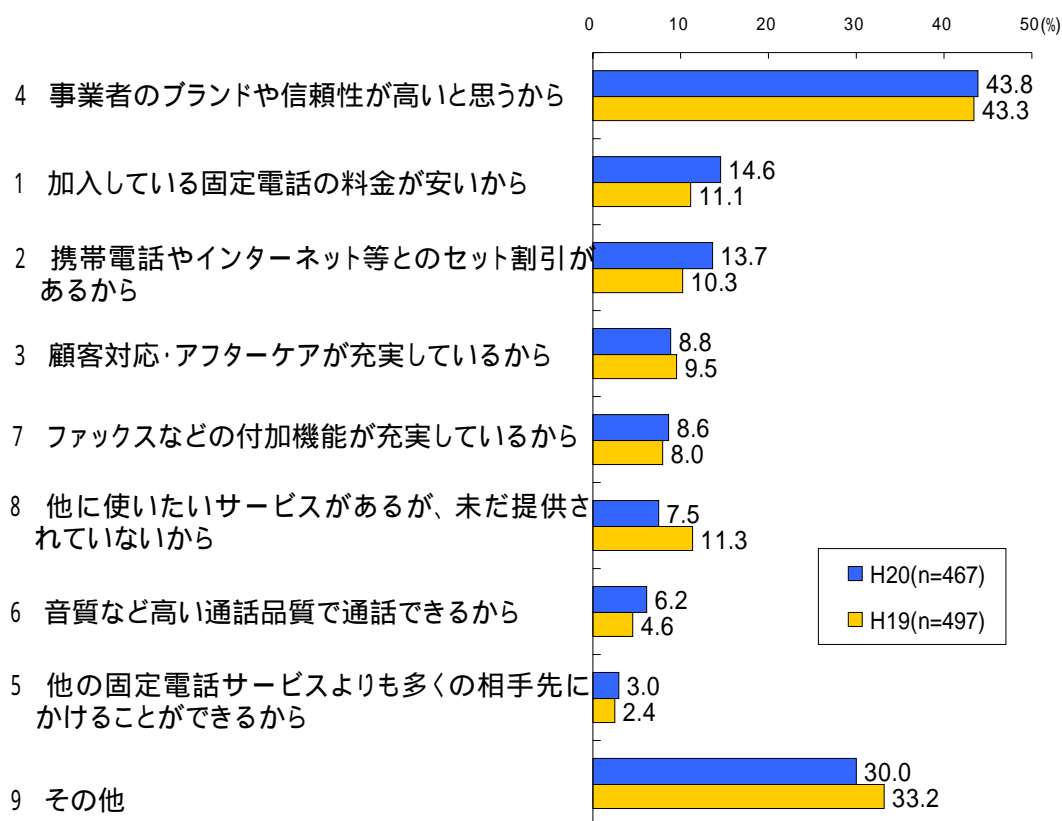
また、その他の回答内容を昨年度(H19)と比べると、「電話番号を変更したくない」(4件)、「今まで加入していなかった、新規契約」(3件)などの理由が挙がっている。

(問11で選択肢「6」を選択した方にお聞きします)

問14 なぜ固定電話サービスを変更しなかったのですか。あてはまるものを2つまで選択してください。

- 1 加入している固定電話の料金が安いから
- 2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから
- 3 顧客対応・アフターケアが充実しているから
- 4 事業者のブランドや信頼性が高いと思うから
- 5 他の固定電話サービスよりも多くの相手先にかけることができるから
- 6 音質など高い通話品質で通話できるから
- 7 ファックスなどの付加機能が充実しているから
- 8 他に使いたいサービスがあるが、未だ提供されていないから
- 9 その他()

問14 現在加入している固定電話サービスを変更していない理由



(17) 現在とは異なる固定電話サービスに変更したい理由

現在とは異なる固定電話サービスに変更したい理由は、「1 加入したい固定電話の料金が安いから」が50.2%と半数を占め、次いで、「2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」が39.7%で続く。

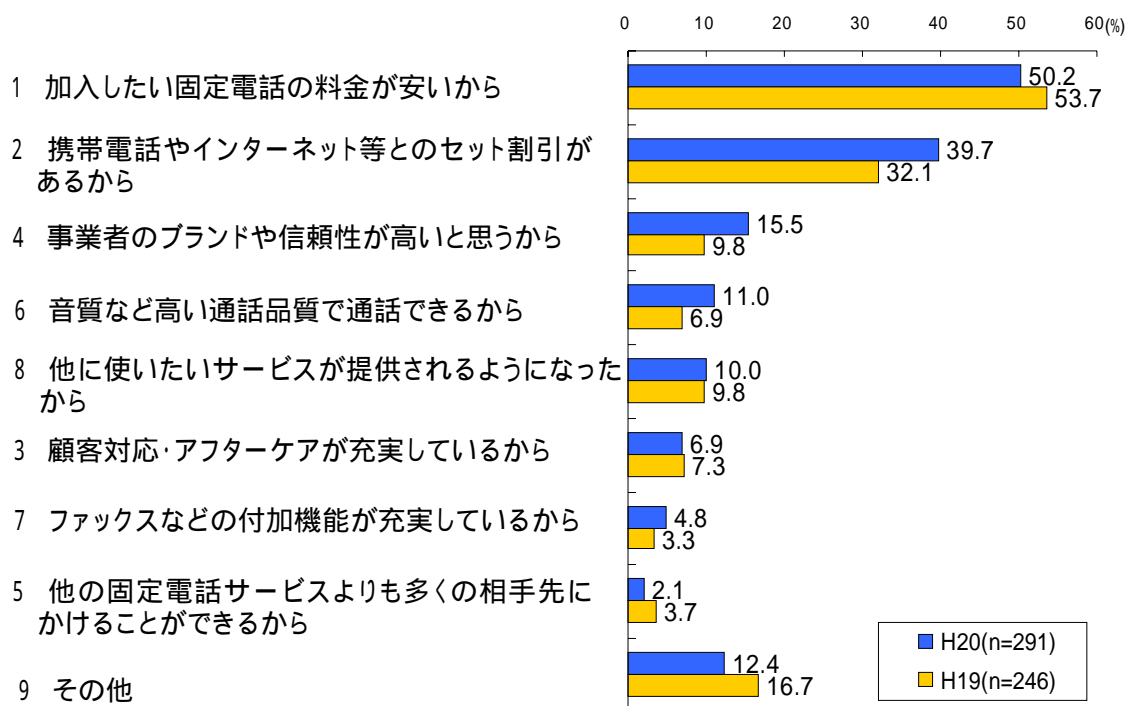
昨年度(H19)と比べると、「1 加入したい固定電話の料金が安いから」(H19:53.7% H20:50.2%)という理由は減少している。一方、「2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」(H19:32.1% H20:39.7%)、「4 事業者のブランドや信頼性が高いと思うから」(H19:9.8% H20:15.5%)、「6 音質など高い通話品質で通話できるから」(H19:6.9% H20:11.0%)などの理由は増加している。

(問15で選択肢「1」～「5」を選択した方にお聞きします)

問17 なぜその固定電話サービスに加入したいのですか。あてはまるものを2つまで選択してください。

- 1 加入したい固定電話の料金が安いから
- 2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから
- 3 顧客対応・アフターケアが充実しているから
- 4 事業者のブランドや信頼性が高いと思うから
- 5 他の固定電話サービスよりも多くの相手先にかけることができるから
- 6 音質など高い通話品質で通話できるから
- 7 ファックスなどの付加機能が充実しているから
- 8 他に使いたいサービスが提供されるようになったから
- 9 その他()

問17 現在とは異なる固定電話サービスに変更したい理由



(18) 現在とは異なる固定電話サービスに変更したくない理由

現在とは異なる固定電話サービスに変更したくない理由は、「4 事業者のブランドや信頼性が高いと思ったから」が34.8%で最も多い。次いで、「1 加入している固定電話の料金が安いから」(27.0%)、「2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があったから」(26.7%)の料金面の理由が続く。

昨年度(H19)と比べると、現在とは異なる固定電話サービスに変更したくない理由上位理由として挙がっている、「4 事業者のブランドや信頼性が高いと思ったから」(H19:32.2% 34.8%)、「1 加入している固定電話の料金が安いから」(H19:25.7% H20:27.0%)、「2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があったから」(H19:24.2% H20:26.7%)などの理由が増加傾向にある。

その他の回答内容では、「変更手続きが面倒」という理由が上位を占め36件、「今まで満足、不都合・不便を感じていない」(18件)、「他のサービスを知らない、他のサービスのよさがわからない、理解するのが困難」(15件)、「必要を感じるサービスが特にない、理由がない」(10件)、「他のサービスがわからない、知らない、理解できていない」(9件)などが上位理由として挙がっている。

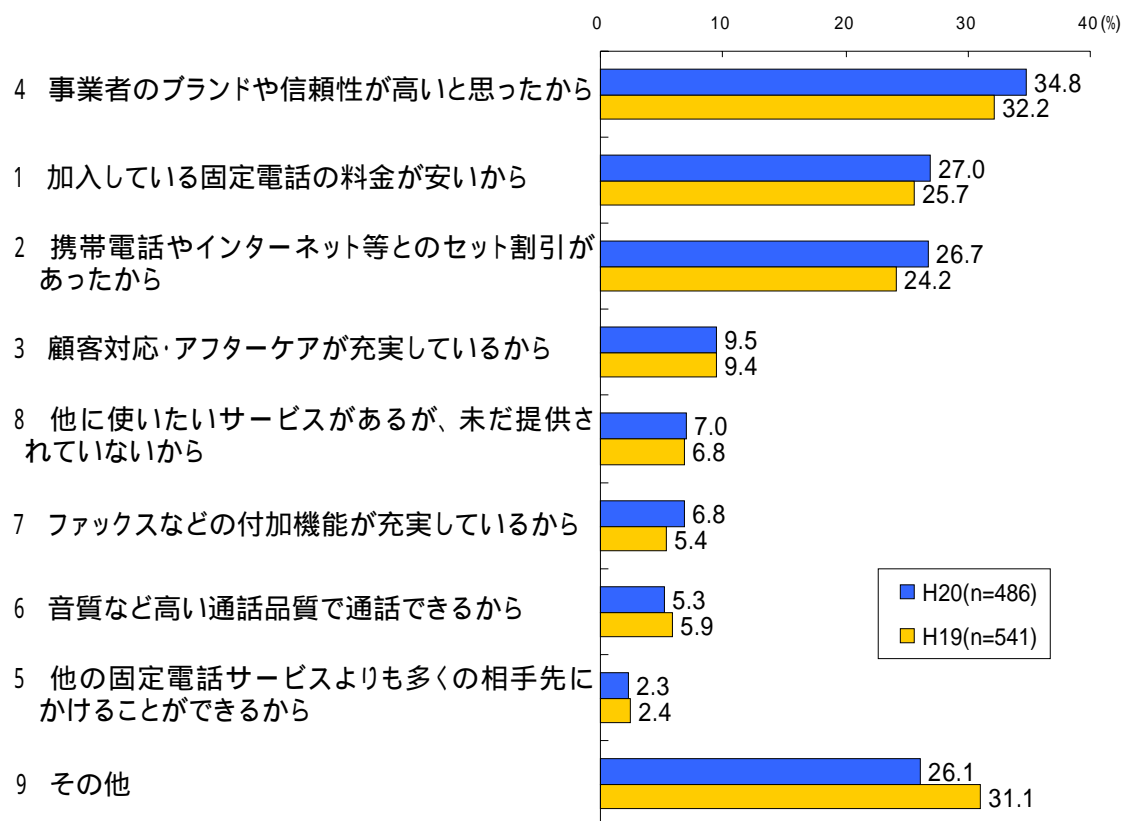
また、その他の回答内容を昨年度(H19)と比べると、「電話番号を変更したくない」、「インターネットとセットになっている」、「携帯電話で通話する事が多く、固定電話はあまり利用しない」、「変更したばかりなので」などの理由が新たに挙がってきている。

(問15で選択肢「6」を選択した方にお聞きします)

問18 なぜ現在と異なる(又は新たな)固定電話サービスに加入したいと思わないのですか。あてはまるものを2つまで選択してください。

- 1 加入している固定電話の料金が安いから
- 2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があったから
- 3 顧客対応・アフターケアが充実しているから
- 4 事業者のブランドや信頼性が高いと思ったから
- 5 他の固定電話サービスよりも多くの相手先にかけることができるから
- 6 音質など高い通話品質で通話できるから
- 7 ファックスなどの付加機能が充実しているから
- 8 他に使いたいサービスがあるが、未だ提供されていないから
- 9 その他()

問18 現在とは異なる固定電話サービスに変更したくない理由



2. 移動体通信について

(2) 加入している移動体通信事業者を選択する際に重視した点

加入している移動体通信事業者を選択する際に重視した点は、「16 家族・友人等が使用している事業者」(43.1%)、「1 事業者ブランド」(37.4%)、「8 充実した割引制度」(36.2%)が上位3項目となっている。次いで、「3 通話(通信)エリアの広範さ」(35.8%)となっている。

昨年度(H19)と比べると、「8 充実した割引制度」重視率の増加割合(H19:30.2% H20:36.2%)が大きい。

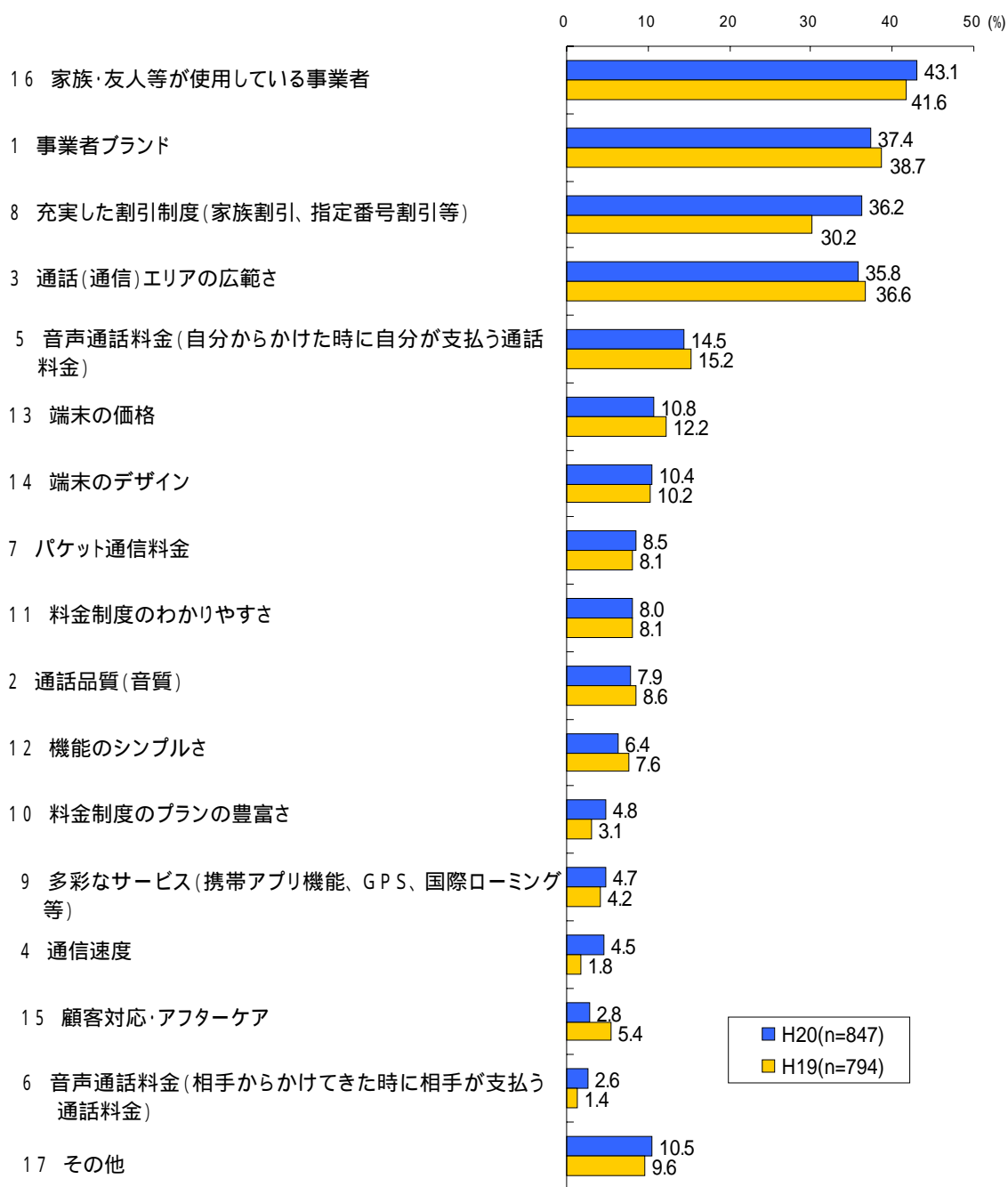
その他の回答内容では、「当初より契約している、継続利用」という理由が上位を占め26件あり、その中には10年以上継続利用という回答が多く、NTTドコモPHS、Jフォン、ツーカーなどの旧移動体通信事業者からの継続利用という回答も数件あった。「カメラ機能付・高画質」(5件)および端末やサービスの具体的高機能関連の回答も多かった。また、その他の回答内容では、「無料通話」や料金関連、「販売店が近隣にある」(4件)なども多かった。

(問19で選択肢「1」～「17」を選択した方にお聞きします)

問20 現在加入している移動体通信事業者を選んだ際に重視した点について、あてはまるものを3つまで選択してください。

- 1 事業者ブランド
- 2 通話品質(音質)
- 3 通話(通信)エリアの広範さ
- 4 通信速度
- 5 音声通話料金(自分からかけた時に自分が支払う通話料金)
- 6 音声通話料金(相手からかけてきた時に相手が支払う通話料金)
- 7 パケット通信料金
- 8 充実した割引制度(家族割引、指定番号割引等)
- 9 多彩なサービス(携帯アプリ機能、GPS、国際ローミング等)
- 10 料金制度のプランの豊富さ
- 11 料金制度のわかりやすさ
- 12 機能のシンプルさ
- 13 端末の価格
- 14 端末のデザイン
- 15 顧客対応・アフターケア
- 16 家族・友人等が使用している事業者
- 17 その他()

問20 加入している移動体通信事業者を選定する際に重視した点



(5) 利用している移動体通信端末に対する不満点

利用している移動体通信端末に対する不満点は、「3 料金水準（料金が高いか安い）」が38.4%で最も多く、次いで、「4 料金体系（料金プラン、割引オプション）」の29.7%、「2 通話（通信）エリア」（17.6%）として続く。

「1 特に不満はない」は28.4%であった。

昨年度（H19）と比べると、「4 料金体系（料金プラン、割引オプション）」（H19：26.2% H20：29.7%）の不満度が増加している一方で、「1 特に不満はない」（H19：23.7% H20：28.4%）も増加している。他方、「3 料金水準（料金が高いか安い）」（H19：41.3% H20：38.4%）及び、「2 通話（通信）エリア」（H19：23.3% H20：17.6%）に関する不満度は減少している。

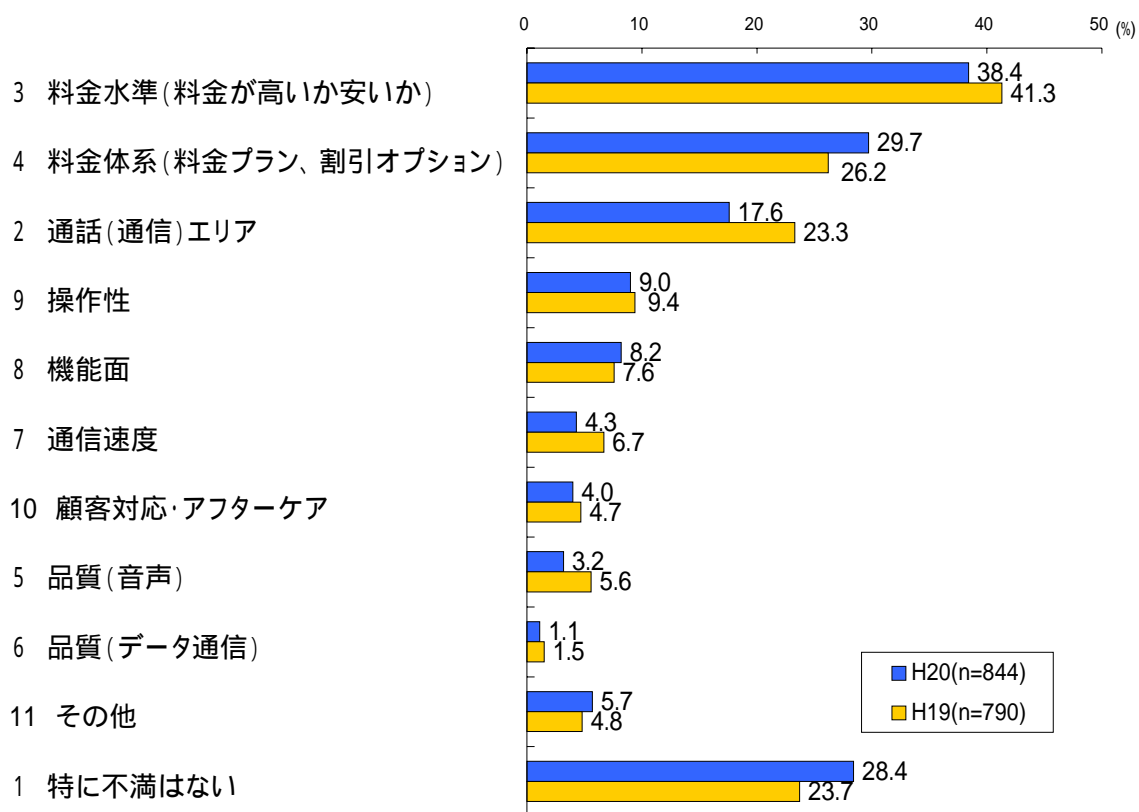
その他の回答内容では、移動体通信端末の「電話機自体の価格が高い」（7件）ことが多く、その中には2年間の拘束に対する不満も挙がっている。「デザイン」や「電池・バッテリー能力」なども関連して挙がっている。また、料金関連の具体的不満として、料金体系だけではなく、料金請求行為に関連した不満も挙がってきている。

（問19で選択肢「1」～「17」を選択した方にお聞きします）

問22 現在、利用している携帯電話・PHS又はデータカードについて、不満を感じる点を2つまで選択してください。

- 1 特に不満はない
- 2 通話（通信）エリア
- 3 料金水準（料金が高いか安い）」
- 4 料金体系（料金プラン、割引オプション）」
- 5 品質（音声）
- 6 品質（データ通信）
- 7 通信速度
- 8 機能面
- 9 操作性
- 10 顧客対応・アフターケア
- 11 その他（ ）

問22 現在利用している携帯電話・PHS又はデータカードの不満点



3. 固定電話と移動体電話について

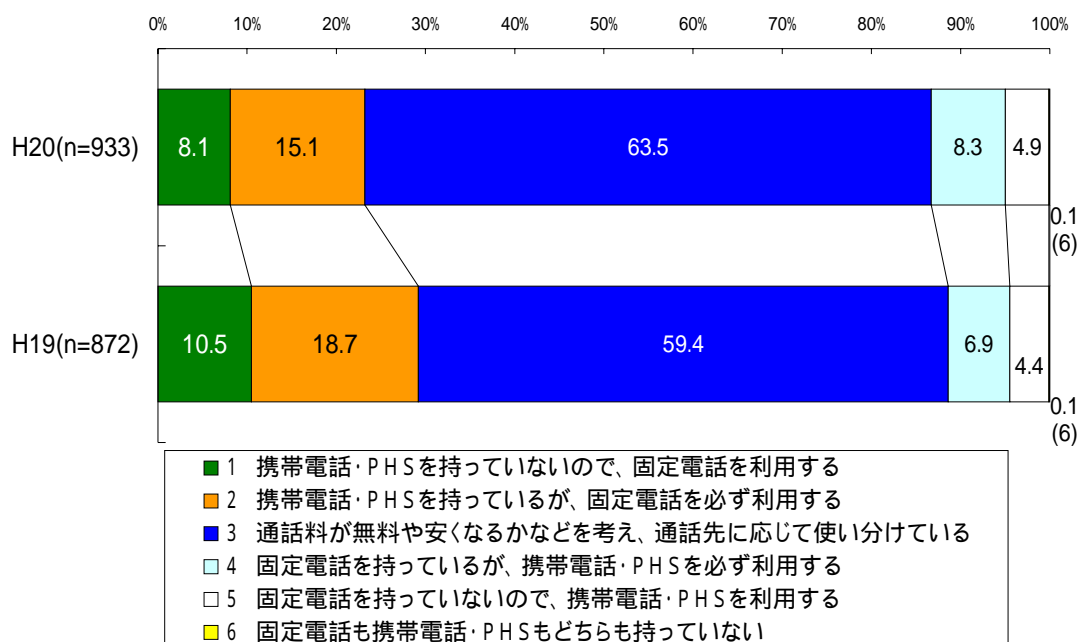
(2) 在宅時の固定電話、携帯電話・PHSの利用状況

在宅時の固定電話と携帯電話・PHSの使い分けについては、「3 通話料が無料や安くなるかなどを考え、通話先に応じて使い分けしている」が最多で63.5%。次いで、「2 携帯電話・PHSを持っているが、固定電話を必ず利用する」が15.1%、「4 固定電話を持っているが、携帯電話・PHSを必ず利用する」(8.3%)及び、「1 携帯電話・PHSを持っていないので、固定電話を利用する」(8.1%)が同程度となっている。昨年度(H19)と比べると、「3 通話料が無料や安くなるかなどを考え、通話先に応じて使い分けしている」(H19:59.4% H20:63.5%)が4ポイント増加している。また「携帯電話・PHS利用(4および5)」も昨年度(H19)よりも微増している一方で、「固定電話利用(1および2)」は合計で6ポイント減少している。

問32 自宅にいるときに、固定電話、携帯電話・PHSをどのように利用していますか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 携帯電話・PHSを持っていないので、固定電話を利用する
- 2 携帯電話・PHSを持っているが、固定電話を必ず利用する
- 3 通話料が無料や安くなるかなどを考え、通話先に応じて使い分けしている
- 4 固定電話を持っているが、携帯電話・PHSを必ず利用する
- 5 固定電話を持っていないので、携帯電話・PHSを利用する
- 6 固定電話も携帯電話・PHSもどちらも持っていない

問32 在宅時の固定電話、携帯電話・PHSの利用状況



4. 電子メール利用について

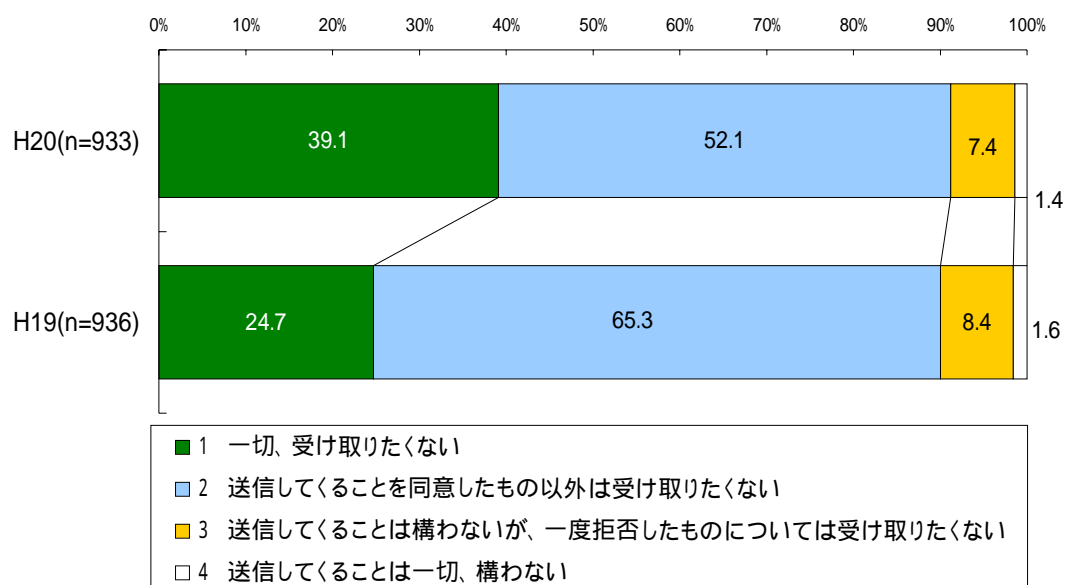
(1) 広告や宣伝、契約や取引の勧誘をしてくる電子メールに対する受信意向

広告や宣伝、契約や取引の勧誘をしてくる電子メールに対する受信意向は、「2 送信してくることを同意したもの以外は受け取りたくない」が52.1%と過半数を占める。「1 一切、受け取りたくない」が39.1%で続くが、全体の6割は条件付きではあるが、広告や宣伝、契約や取引の勧誘をしてくる電子メールの受信意向を持っている。昨年度（H19）と比べると、「1 一切、受け取りたくない」が約15ポイントも増加している（H19：24.7% H20：39.1%）。

問36 あなたは、広告や宣伝、契約や取引の勧誘をしてくる電子メールを受け取りたいですか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 一切、受け取りたくない
- 2 送信してくることを同意したもの以外は受け取りたくない
- 3 送信してくることは構わないが、一度拒否したものについては受け取りたくない
- 4 送信してくることは一切、構わない

問36 広告や宣伝、契約や取引の勧誘をしてくる電子メールに対する受信意向



(2) 受け取りを望まないメールへの良いと思う対策

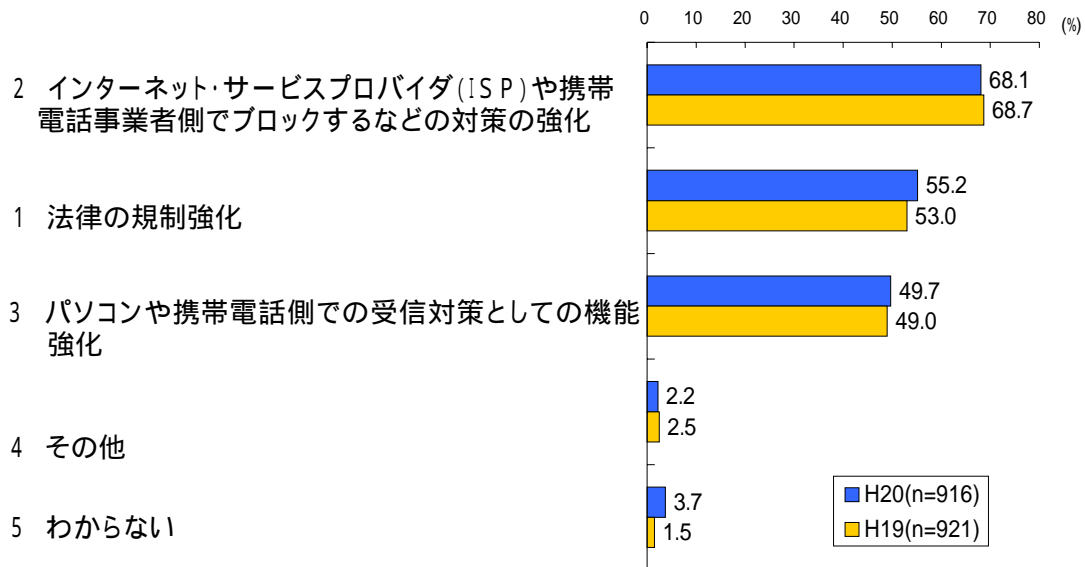
受け取りを望まないメールへの良いと思う対策については、「2 インターネット・サービスプロバイダ (ISP) や携帯電話事業者側でブロックするなどの対策の強化」が68.1%と抜きん出ている。次いで、「1 法律の規制強化」(55.2%)と「3 パソコンや携帯電話側での受信対策としての機能強化」(49.7%)が半数前後で続いている。

(問36で選択肢「1」～「3」を選択した方にお聞きします)

問37 あなたは、受け取りを望まないメールへの対策として、何が良いと思いますか。あてはまるものをすべて選択してください。

- 1 法律の規制強化
- 2 インターネット・サービスプロバイダ (ISP) や携帯電話事業者側でブロックするなどの対策の強化
- 3 パソコンや携帯電話側での受信対策としての機能強化
- 4 その他 ()
- 5 わからない

問37 受け取りを望まないメールへの良いと思う対策



(4) 不快に感じるメールの種類

不快に感じるメールは、「1 自分の同意なく送信される広告・宣伝メール」が74.9%と突出している。次いで、「2 同意はしているが、予想以上にたくさん送られてくる広告・宣伝メール」が56.1%で続き、この2項目が主なものとなっている。

また、「4 友人を装い、見知らぬサイトに誘導しようとするメール」が33.7%、「3 身に覚えのない金銭の振り込みを要求してくるメール」が30.8%の選択率となっている。

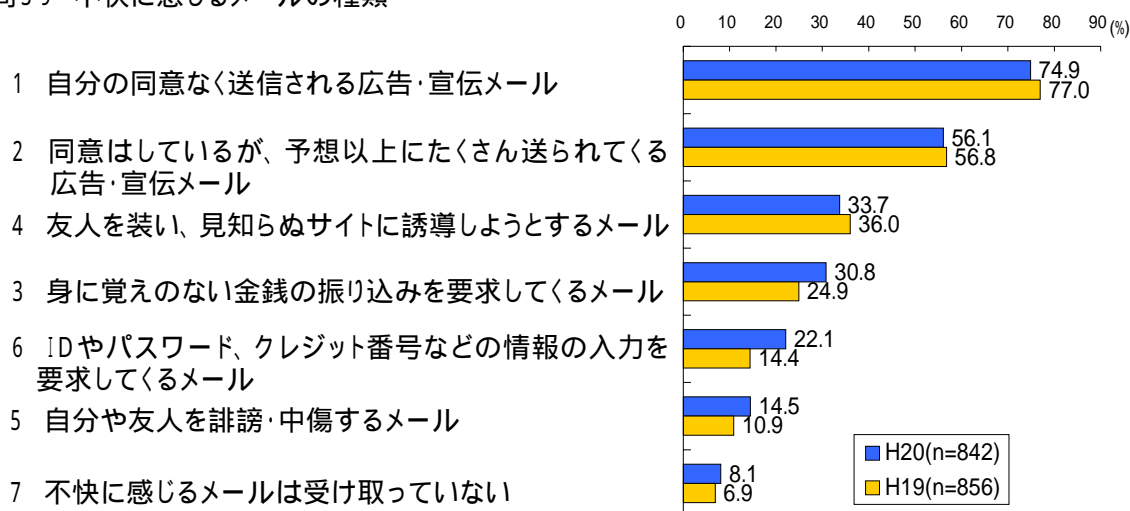
昨年度（H19）と比べると、「3 身に覚えのない金銭の振り込みを要求してくるメール」（H19：24.9% H20：30.8%）、「6 IDやパスワード、クレジット番号などの情報の入力を要求してくるメール」（H19：14.4% H20：22.1%）、「5 自分や友人を誹謗・中傷するメール」（H19：10.9% H20：14.5%）などが約4ポイント以上増加傾向にある。

（問38で選択肢「1」～「3」を選択した方にお聞きします）

問39 あなたが受け取っているメールの中で、不快に感じるメールはどれですか。あてはまるものをすべて選択してください。

- 1 自分の同意なく送信される広告・宣伝メール
- 2 同意はしているが、予想以上にたくさん送られてくる広告・宣伝メール
- 3 身に覚えのない金銭の振り込みを要求してくるメール
- 4 友人を装い、見知らぬサイトに誘導しようとするメール
- 5 自分や友人を誹謗・中傷するメール
- 6 IDやパスワード、クレジット番号などの情報の入力を要求してくるメール
- 7 不快に感じるメールは受け取っていない

問39 不快に感じるメールの種類



(9)「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」の内容

「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」の内容は、「1 出会い系サイトなど、異性の紹介の広告や宣伝をするもの」(55.2%)、「3 上記(異性の紹介)以外のサービスや商品の広告や宣伝をするもので、事前に受け取ること同意していないもの」(53.0%)、「2 上記(異性の紹介)以外のサービスや商品の広告や宣伝をするもので、事前に受け取ること同意しているもの」(52.5%)の3項目が、ほぼ同水準で並ぶ結果となった。

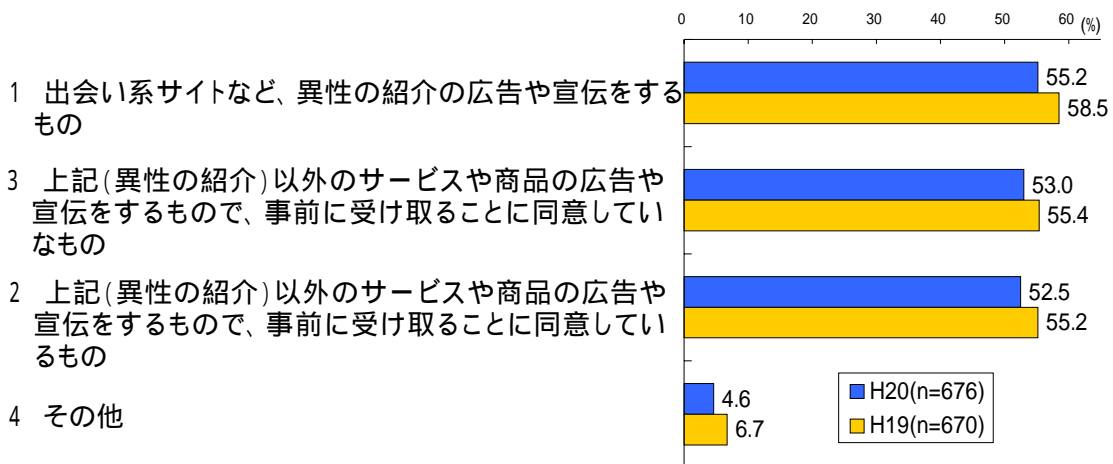
昨年度(H19)と比べると、全体的に、「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」は減少傾向にある。

(問42で選択肢「2」～「6」を選択した方にお聞きします)

問44 「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」の内容はどのようなものですか。あてはまるものをすべて選択してください。

- 1 出会い系サイトなど、異性の紹介の広告や宣伝をするもの
- 2 上記(異性の紹介)以外のサービスや商品の広告や宣伝をするもので、事前に受け取ること同意しているもの
- 3 上記(異性の紹介)以外のサービスや商品の広告や宣伝をするもので、事前に受け取ること同意していないもの
- 4 その他()

問44 「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」の内容



5. 携帯電話不正利用防止法の認知状況について

(1) 携帯電話不正利用防止法の認知状況

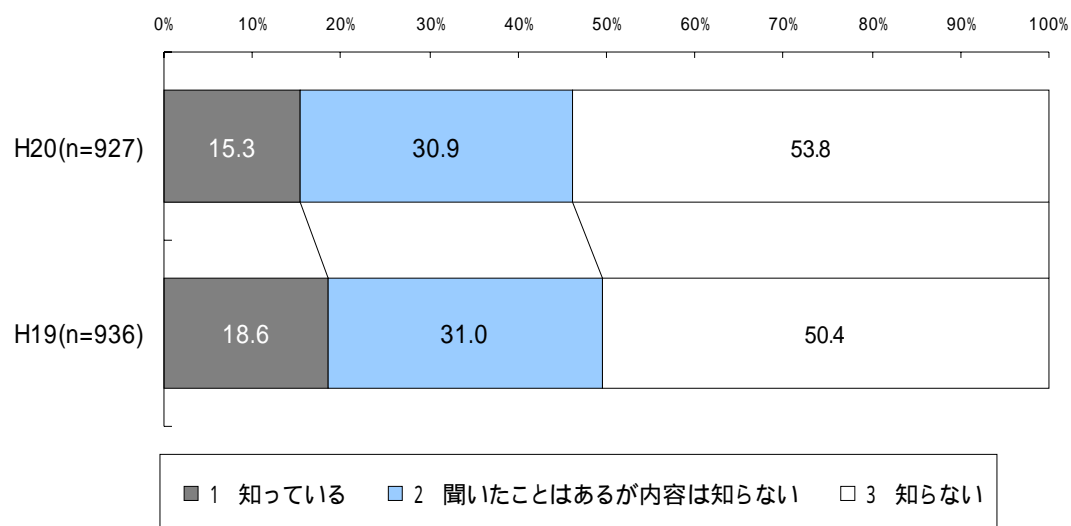
携帯電話不正利用防止法の認知状況をみると、「1 知っている」が15.3%、「2 聞いたことはあるが内容は知らない」が30.9%と、合わせると「知っている」が46.2%となる。「3 知らない」は53.8%。

昨年度（H19）と比べると、「知っている」（H19：49.6% H20：46.2%）割合がやや小さくなっている。

問48 あなたは「携帯音声通信事業者による契約者等の本人確認等及び携帯音声通信役務不正な利用の防止に関する法律（略称：携帯電話不正利用防止法、携帯電話本人確認法など）を知っていますか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 知っている
- 2 聞いたことはあるが内容は知らない
- 3 知らない

問48 携帯電話不正利用防止法の認知状況



(2) 携帯電話不正利用防止法の認知媒体

携帯電話不正利用防止法の認知媒体は、「3 テレビのニュース」(25.2%)と「2 新聞記事」(23.4%)とが20%台で突出している。

次いで、「6 インターネット上の記事」が11.1%で続いている。

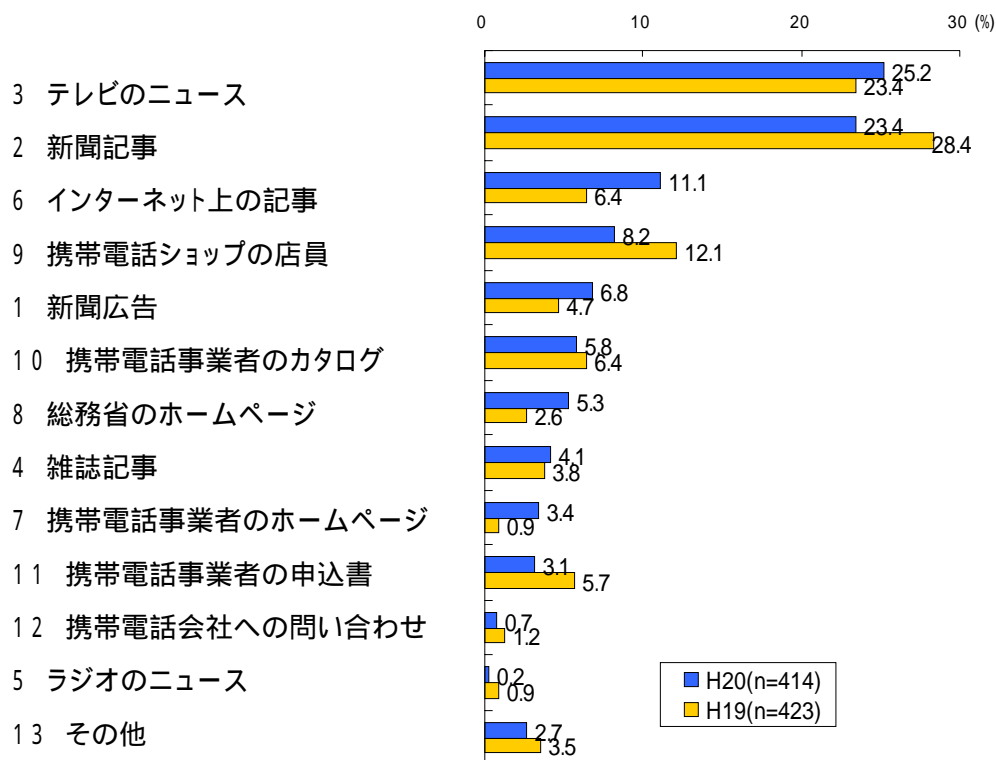
昨年度(H19)と比べると、「3 テレビのニュース」、「6 インターネット上の記事」などの媒体による認知度は増加傾向にあり、逆に「2 新聞記事」、「9 携帯電話ショップの店員」などの媒体による認知度は減少傾向にある。

(問48で選択肢「1」・「2」を選択した方にお聞きます)

問49 あなたはこの法律を何で知りましたか。あてはまるものを1つ選択してください。

- | | |
|------------------|------------------|
| 1 新聞広告 | 8 総務省のホームページ |
| 2 新聞記事 | 9 携帯電話ショップの店員 |
| 3 テレビのニュース | 10 携帯電話事業者のカタログ |
| 4 雑誌記事 | 11 携帯電話事業者の申込書 |
| 5 ラジオのニュース | 12 携帯電話会社への問い合わせ |
| 6 インターネット上の記事 | 13 その他() |
| 7 携帯電話事業者のホームページ | |

問49 携帯電話不正利用防止法の認知媒体



(3) 携帯電話不正利用防止法の規定で知っているもの

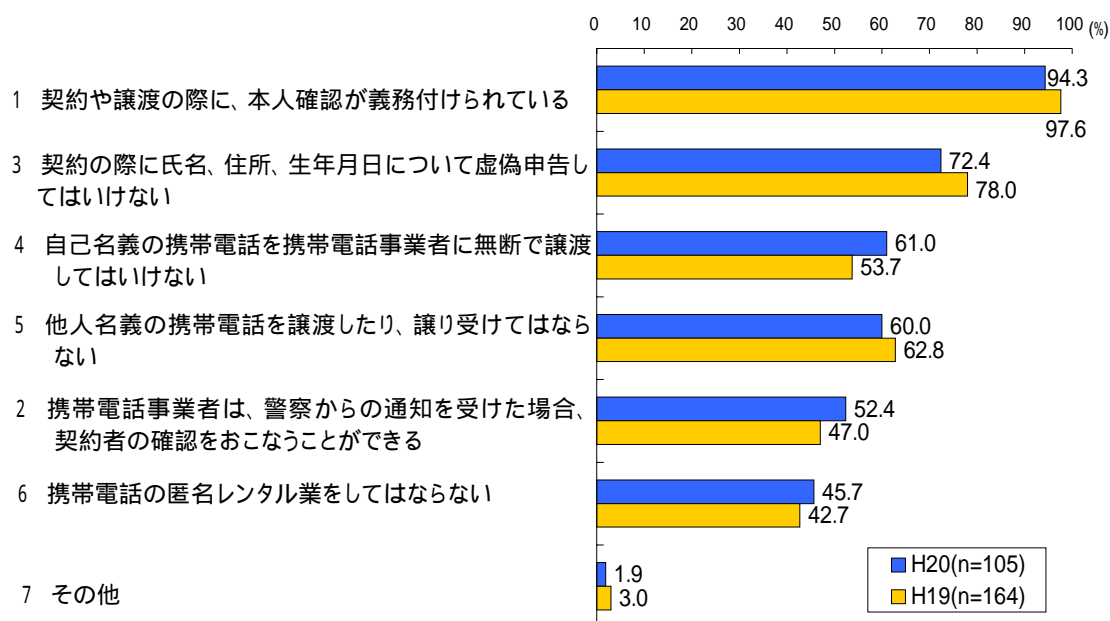
携帯電話不正利用防止法の規定で知っているものは、「1 契約や譲渡の際に、本人確認が義務付けられている」が94.3%と当法律を知っている人の殆どが回答している。次いで「3 契約の際に氏名、住所、生年月日について虚偽申告してはいけない」が72.4%、「4 自己名義の携帯電話を携帯電話事業者に無断で譲渡してはいけない」が61.0%、「5 他人名義の携帯電話を譲渡したり、譲り受けてはならない」が60.0%、と続く。昨年度(H19)と比べると、「4 自己名義の携帯電話を携帯電話事業者に無断で譲渡してはいけない」(H19:53.7% H20:61.0%)の認知度が7ポイントも上昇している。また、「2 携帯電話事業者は、警察からの通知を受けた場合、契約者の確認をおこなうことができる」(H19:47.0% H20:52.4%)の認知度も5ポイント以上上昇している。

(問48で選択肢「1」を選択した方にお聞きします)

問50 この法律では次のようなことが規定されていますが、既に知っているものをすべて選択してください。

- 1 契約や譲渡の際に、本人確認が義務付けられている
- 2 携帯電話事業者は、警察からの通知を受けた場合、契約者の確認をおこなうことができる
- 3 契約の際に氏名、住所、生年月日について虚偽申告してはいけない
- 4 自己名義の携帯電話を携帯電話事業者に無断で譲渡してはいけない
- 5 他人名義の携帯電話を譲渡したり、譲り受けてはならない
- 6 携帯電話の匿名レンタル業をしてはならない
- 7 その他()

問50 携帯電話不正利用防止法の規定で知っているもの



6. 電気通信事業者の個人情報の取扱いについて

(1) 電気通信事業者の個人情報の取扱いに対する疑問、不満の有無

電気通信事業者の個人情報の取扱いに対する疑問、不満の有無について、「2 個人情報が流用されている(のではないかと心配)」と考えている割合が最も多く45.1%。一方、疑問、不満が「7 特にない」との回答も42.7%とほぼ同程度の割合となっている。昨年度(H19)と比べると、「2 個人情報が流用されている(のではないかと心配)」(H19:57.6% H20:45.1%)が減少し、「7 特にない」(H19:30.4% H20:42.7%)が増加傾向にある。

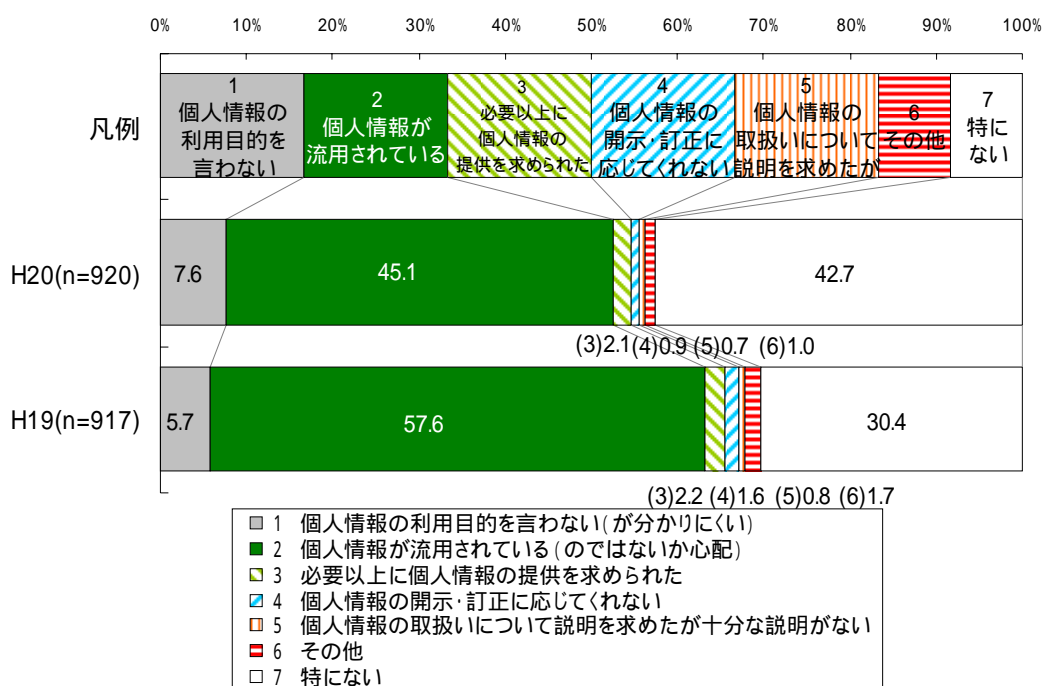
(全員の方にお聞きします)

問5 1 あなたは、電気通信事業者の個人情報の取扱いについて疑問、不満を持ったことはありますか。

最もあてはまるものを1つ選択してください。

- 1 個人情報の利用目的を言わない(が分かりにくい)
- 2 個人情報が流用されている(のではないかと心配)
- 3 必要以上に個人情報の提供を求められた
- 4 個人情報の開示・訂正に応じてくれない
- 5 個人情報の取扱いについて説明を求めたが十分な説明がない
- 6 その他()
- 7 特にない

問5 1 電気通信事業者の個人情報の取扱いに対する疑問、不満の有無



(2) 個人情報の取扱いについて、疑問、不満を感じた状況

個人情報の取扱いについて、疑問、不満を感じた状況は、「3 電気通信事業者からの電話での勧誘の際」(28.3%)が最も多く、次いで、「4 代理店等からの電話での勧誘の際」(25.6%)となり、電話で勧誘を受けた際に疑問や不満を感じたとの回答が半数を超える。

昨年度(H19)と比べると、「2 代理店等の委託先窓口」における個人情報の取扱いについての疑問や不満を感じた状況が約7ポイントも増加している(H19:13.5% H20:20.2%)。

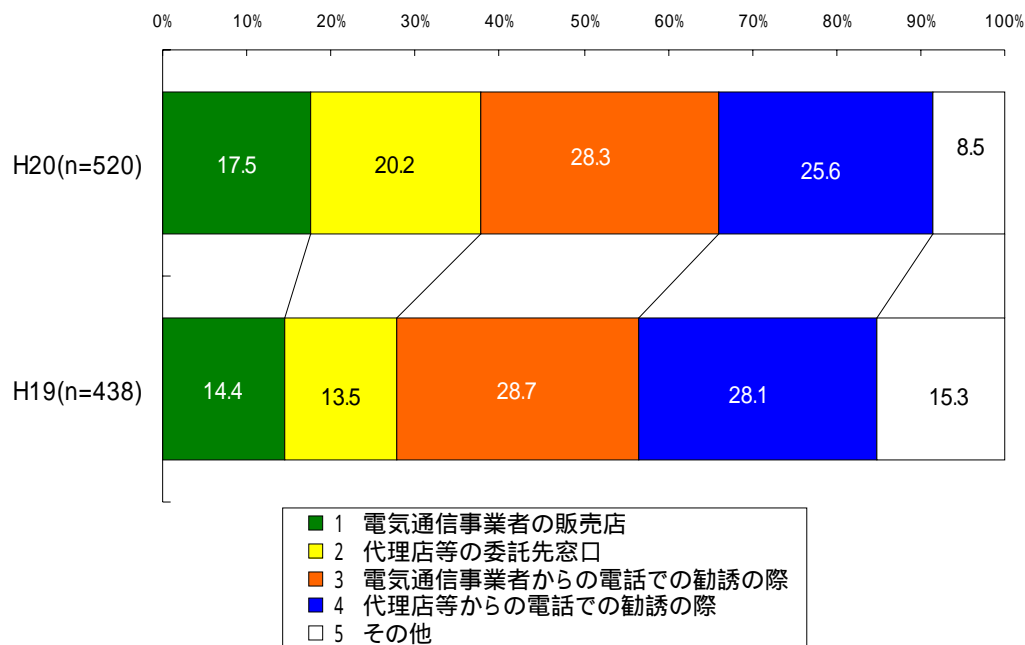
その他の回答内容としては、「ダイレクトメールが送付されてきたとき」が9件と多い。また漠然とした不安を「何となく感じている」といった関連意見も多く挙がっている。

(問51で選択肢「1」～「6」を選択した方にお聞きします)

問52 個人情報の取扱いについて、疑問、不満はどちらでまたはどのようなときに感じましたか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 電気通信事業者の販売店
- 2 代理店等の委託先窓口
- 3 電気通信事業者からの電話での勧誘の際
- 4 代理店等からの電話での勧誘の際
- 5 その他()

問52 個人情報の取扱いについて、疑問、不満を感じた状況



(4) 電気通信事業者から、あなたの個人情報が漏えいしたとの連絡を受けた経験の有無

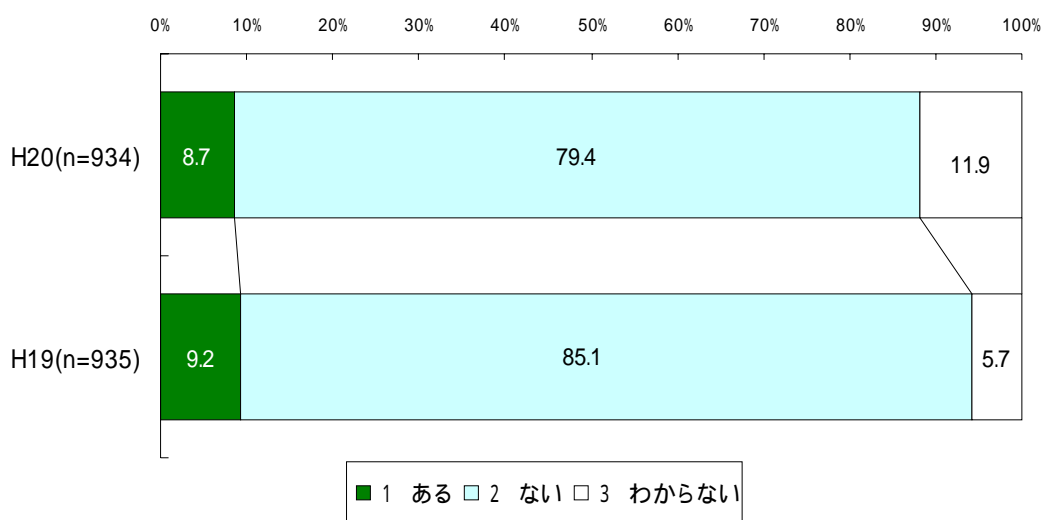
今までに電気通信事業者から、あなたの個人情報が漏えいしたとの連絡を受けたことがあると回答したのは、全体の 8.7%となっている。79.4%は「2 ない」としているが、昨年度（H19）と比べると約5ポイント程度減少している。

(全員の方にお聞きします)

問54 今までに電気通信事業者から、あなたの個人情報が漏えいしたとの連絡を受けたことはありますか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 ある
- 2 ない
- 3 わからない

問54 電気通信事業者から、あなたの個人情報が漏えいしたとの連絡を受けた経験の有無



(5) 個人情報が漏えいしたとの連絡を受けた際の電気通信事業者の対応に対する評価

個人情報が漏えいしたとの連絡を受けた際の電気通信事業者の対応に対する評価は、50.6%が「2 漏えいに対しての不満はあるが対応は誠意のあるものであった」と回答している。「1 納得のいくものであった」(11.4%)を合わせた、対応に対する肯定的な評価は6割以上となっている。一方、「3 十分な説明がなく満足できなかった」との回答は29.1%、「4 こちらから問い合わせるまで説明もなく不満が残った」(6.3%)と合わせた不満という評価が3割を超えている。

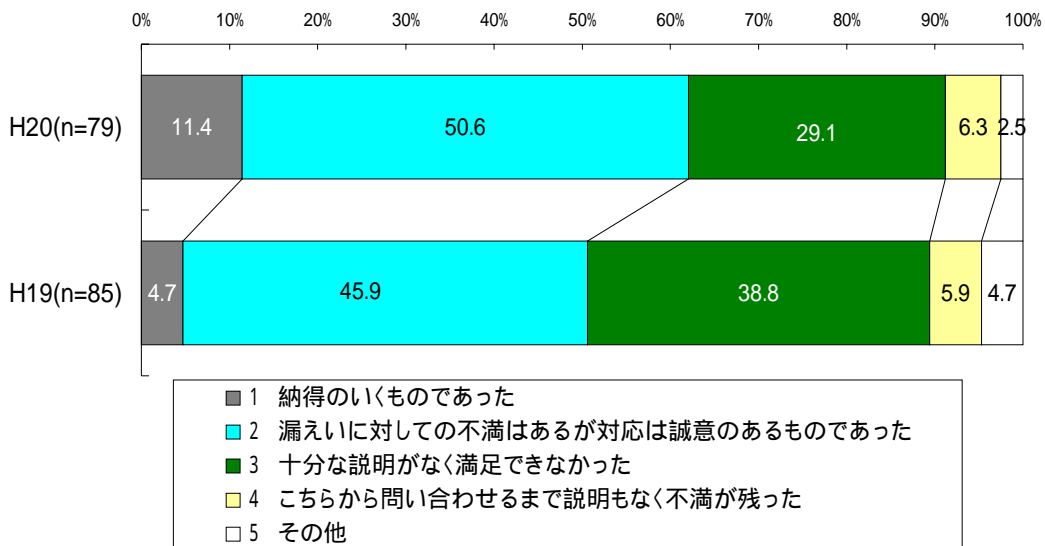
昨年度(H19)と比べると、個人情報が漏えいしたとの連絡を受けた際の電気通信事業者の対応に対する肯定的な評価は11ポイントも増加し、不満という評価は9ポイント減少している。

(問54で選択肢「1」を選択した方にお聞きします)

問55 その際の電気通信事業者の対応はどうでしたか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 納得のいくものであった
- 2 漏えいに対しての不満はあるが対応は誠意のあるものであった
- 3 十分な説明がなく満足できなかった
- 4 こちらから問い合わせるまで説明もなく不満が残った
- 5 その他()

問55 個人情報が漏えいしたとの連絡を受けた際の電気通信事業者の対応に対する評価



(7) 電気通信事業者におけるプライバシーポリシー遵守や自主的取り組みに対する期待

電気通信事業者におけるプライバシーポリシー遵守や自主的取り組みに対する期待として、「1 本人申告があれば勧誘電話やダイレクトメール等の確実に自主的停止すること」(66.1%)が最も多く、次いで「4 プライバシーポリシー等を全体的に分かりやすい表現で記述して公表することや、例えば契約時に利用者に対して十分説明を行う等、個人情報取り扱いに関する説明を充実すること」(40.1%)が期待される上位2項目となっている。

問57 電気通信事業者におけるプライバシーポリシー遵守や自主的取り組みについて、具体的にどのような取組みを期待されますか。最もあてはまるものを2つ選択して下さい。

- 1 本人申告があれば勧誘電話やダイレクトメール等の確実に自主的停止すること
- 2 個人情報の委託有無や委託内容等、委託に関する事項をプライバシーポリシー等にわかりやすく明記すること
- 3 個人情報の利用目的や内容を可能なかぎり明確化するため、例えば顧客種類ごと利用目的を限定してプライバシーポリシー等にわかりやすく明記して運用すること
- 4 プライバシーポリシー等を全体的に分かりやすい表現で記述して公表することや、例えば契約時に利用者に対して十分説明を行う等、個人情報取り扱いに関する説明を充実すること
- 5 個人情報の取得元、取得源の種類や経緯をプライバシーポリシー等に可能なかぎり明記すること
- 6 その他()
- 7 特にない

問57 電気通信事業者におけるプライバシーポリシー遵守や自主的取り組みに対する期待

