

平成 2 1 年度

電気通信サービスモニターに対する
第 1 回アンケート調査結果

[報告書]

総務省

もくじ

第 1 章 調査の概要	1
1. 調査の目的	3
2. 調査の方法	3
第 2 章 調査の結果	7
1. 固定電話について	9
(1) 各固定電話サービスの認知度	9
(2) 現在加入している固定電話サービス(主に通話利用)	11
(3) 固定電話サービスに加入していない理由	13
(4) 加入している固定電話サービスの選択理由	15
(5) NTT 加入電話の利用を継続している理由	17
(6) 固定電話サービスで情報収集や利用の検討を行ったことがあるもの	19
(7) 固定電話の利用料金(基本料、通話料)についての考え	20
(8) 現在加入している固定電話サービスの変更検討について (他社の固定電話サービスが利用料金を引き下げた場合)	21
(9) 固定電話サービスに加入した上で利用している通話サービス	22
(10) 「050-IP 電話」の利用内容	23
(11) 直前に加入していた固定電話サービス (又は現在加入していないが過去に加入していたもの)	24
(12) 以前加入していた固定電話の解約状況(固定電話サービスの変更時)	25
(13) 現在加入している固定電話サービスに変更した理由	26
(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	27
(15) 今後加入したい固定電話サービス	29
(16) 現在加入している固定電話サービスの契約意向 (異なる固定電話サービスに加入する場合)	30
(17) 現在とは異なる固定電話サービスに変更したい理由	31
(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	32
2. 移動体通信について	34
(1) 現在の移動体通信端末(携帯電話・PHS 又はデータカード)の利用状況	34
(2) 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	37
(3) 利用している移動体通信端末のサービス	39
(4) よく利用する移動体通信端末のサービス(順位付け)	41
(5) 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	42
(6) 料金体系(料金プラン、割引オプション)についての考え	44
(7) 主利用移動体通信端末を使った 1 週間当たりのメール利用回数	46
(8) 主利用移動体通信端末を使った 1 週間当たりのウェブ閲覧利用時間	47

(9) 移動体通信事業者の変更有無	48
(10) 以前利用していた移動体通信事業者	49
(11) 移動体通信事業者を変更した際の重視点	50
(12) 番号ポータビリティ制度を利用しなかった理由	52
(13) 移動体通信事業者を変更したことがない理由	53
3. 固定電話と移動体通信等について	54
(1) 現在家庭で利用している電話番号の数	54
(2) 在宅時の固定電話、携帯電話・PHS の利用状況	55
(3) 1 週間当たりの通話時間	56
(4) 1 週間当たりの通話回数	57
(5) 1 ヶ月当たりの利用料	58
4. 電子メール利用について	59
(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	59
(2) 受け取りを望まないメールへの良いと思う対策	60
(3) パソコンの電子メールや携帯電話の電子メールの利用状況	61
(4) 不快に感じるメールの種類	62
(5) 個人情報を入力を要求してくるメールを受け取った後、実際にそれらの情報を入力した経験の有無	63
(6) 実行している迷惑メール対策	64
(7) 「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」の一日平均受信数	66
(8) 「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」のうち、事前に同意していないメールの一日平均受信数	67
(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	68
(10) 事前に受け取りに同意していない広告や宣伝を内容とするメールの扱い方	69
(11) 今後の受信を希望しない場合、その旨をメールで連絡した経験の有無	70
(12) 今後の受信を希望しない連絡をした後の広告や宣伝を内容とするメール数の変化の印象	71
5. 携帯電話不正利用防止法について	72
(1) 携帯電話を契約する際、本人確認手続きが円滑に進まなかった経験の有無	72
(2) 契約手続きの際、円滑に契約できなかった理由	73
(3) 携帯電話不正利用防止法の認知状況	74
(4) 携帯電話不正利用防止法により、氏名、住所、生年月日の本人確認が義務付けられていることについて	75

6. 電気通信サービスの広告表示について	76
(1) 電気通信サービス全般の広告について	76
(2) 電気通信サービスを選択する際、特に参考にする(と思う)広告媒体	77
(3) 携帯電話・PHS サービスの広告で、分かりづらいつ感じた点	78
(4) 実際に利用した際、広告の内容と相違したため、問題が生じた経験の有無	79
(5) 携帯電話・PHS サービスの広告について、今後の課題(改善すべき)だと思つ点	80
 7. あなたご自身について	 81
(1) 性別	81
(2) 年齢	82
(3) 世帯形態	83
(4) 職業	84
(5) 世帯年収	85
(6) 居住地域	86
(7) 居住地の都市規模	87
(8) インターネット接続回線	88

第 1 章 調査の概要

1. 調査の目的

電気通信サービス全般に関する利用者の意見・要望等を把握・分析し、消費者行政の一層の充実と利用者のニーズを踏まえた電気通信行政の推進に資することを目的とする。

2. 調査の方法

(1) 調査対象

地 域：全国

単 位：個人（20歳以上の男女）

(2) 調査方法

選 定：各総合通信局及び沖縄総合通信事務所（11か所：北海道、東北、関東、信越、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州、沖縄）にて、電気通信サービスに関心のある20歳以上の男女をモニターとして募集

客 対 数：991名

配布・回収：郵送によるアンケート調査方式

把握時期：平成21年11月1日現在の状況

(3) 実施時期

平成21年11月26日（木）～平成21年12月18日（金）

(4) 調査項目

1. 固定電話について

各固定電話サービスの認知度、現在加入している固定電話サービス(主に通話利用)、固定電話サービスに加入していない理由、加入している固定電話サービスの選択理由、NTT加入電話の利用を継続している理由、固定電話サービスで情報収集や利用の検討を行ったことがあるもの、固定電話の利用料金(基本料・通話料についての考え)、現在加入している固定電話サービスの変更検討について(他社の固定電話サービスが利用料金を引き下げた場合)、固定電話サービスに加入した上で利用している通話サービス、「050-IP電話」の利用内容、直前に加入していた固定電話サービス(又は現在加入していないが過去に加入していたもの)、以前加入していた固定電話の解約状況(固定電話サービスの変更時)、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を変更していない理由、今後加入したい固定電話サービス、現在加入している固定電話サービスの契約意向(異なる固定電話サービスに加入する場合)、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くない理由等

2. 移動体通信について

現在の移動体通信端末(携帯電話・PHS又はデータカード)の利用状況、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、利用している移動体通信端末のサービス、よく利用する移動体通信端末のサービス(順位付け)、現在利用している移動体端末の不満点、料金体系(料金プラン、割引オプション)についての考え、主利用移動体通信端末を使った1週間当たりのメール利用回数、主利用移動体通信端末を使った1週間当たりのウェブ閲覧利用時間、移動体通信事業者の変更有無、以前利用していた移動体通信事業者、移動体通信事業者を変更した際の重視点、番号ポータビリティ制度を利用しなかった理由、移動体通信事業者を変更したことがない理由等

3. 固定電話と移動体通信等について

現在家庭で利用している電話番号の数、在宅時の固定電話、携帯電話・PHSの利用状況、1週間当たりの通話時間、1週間当たりの通話回数、1ヶ月当たりの利用料等

4. 電子メール利用について

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、受け取りを望まないメールへの良いと思う対策、パソコンの電子メールや携帯電話の電子メールの利用状況、不快に感じるメールの種類、個人の入力を要求してくるメールを受け取った後、実際にそれらの情報を入力した経験の有無、実行している迷惑メール対策、「広告や宣伝、契約や取引などをしてくるメール」の一日平均受信数、「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」のうち、事前に同意していないメールの一日平均受信数、「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、事前に受け取りに同意していない広告や宣伝を内容とするメールの扱い方、今後の受信を希望しない場合、その旨をメールで連絡した経験の有無、今後の受信を希望しない連絡をした後の広告や宣伝を内容とするメール数の変化の印象 等

5. 携帯電話不正利用防止法について

携帯電話を契約する際、本人確認手続きが円滑に進まなかった経験の有無、契約手続きの際、円滑に契約できなかった理由、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により、氏名、住所、生年月日の本人確認が義務付けられていることについて 等

6. 電気通信サービスの広告表示について

電気通信サービス全般の広告について、電気通信サービスを選択する際、特に参考にする(と思う)広告媒体、携帯電話・PHS サービスの広告で、分かりづらいつと感じた点、実際に利用した際、広告の内容と相違したため、問題が生じた経験の有無、携帯電話・PHS サービスの広告について、今後の課題(改善すべき)だと思う点 等

7. あなたご自身について

性別、年齢、世帯形態、職業、世帯年収、居住地域、居住地の都市規模、インターネット接続回線 等

(5) 回収状況

発送数：991 人 回収数：924 人 (回収率：93.2%)

[地域別回収状況]

地域	発送数(人)	回収数(人)	男性(人)	女性(人)	回収率(%)
北海道	80	73	40	33	91.3%
東北	119	115	42	73	96.6%
関東	150	134	37	97	89.3%
信越	32	31	20	11	96.9%
北陸	60	57	27	30	95.0%
東海	90	86	43	43	95.6%
近畿	130	122	55	67	93.8%
中国	100	95	38	57	95.0%
四国	80	77	33	44	96.3%
九州	130	116	39	77	89.2%
沖縄	20	18	11	7	90.0%
合計	991	924	385	539	93.2%

(6) その他

本調査については、トランスコスモス株式会社への事務委託にて実施した。

[本文、グラフ、自由記述に関する留意点]

- 集計結果は、小数点第二位を四捨五入し、小数第一位までを百分率(%)で表示している。
そのため、選択肢から1つだけ選んで回答する設問では、構成比の和が100.0%にならないことがある。
- 本文やグラフ中の選択肢は、調査票の言葉を短縮しているものがある。
- 自由記述回答については、回答者の実際の記述事項を整理・要約して掲載している。また、類似する回答についてはまとめている。
- 平均値は、各選択肢の中間値を使用して算出している。
問24、問25、問33、問34、問35の平均値については、算出するに当たり「1 利用しない」の回答は母数から除いている。

第2章 調査の結果

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

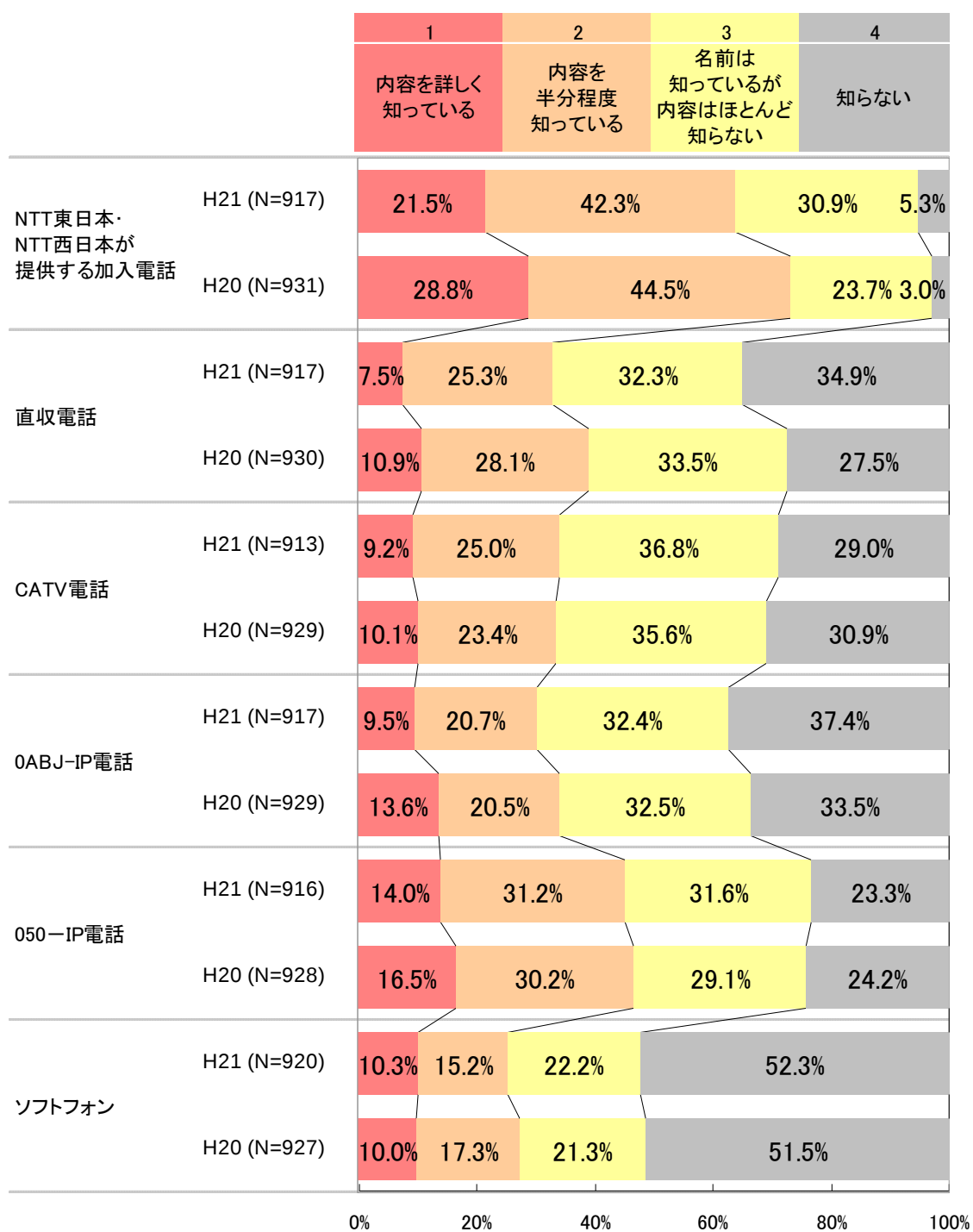
- ◆固定電話サービスについて、「1 内容を詳しく知っている」の割合がもっとも高いのは「NTT東・西日本が提供する加入電話」(21.5%)、次いで「050-IP電話」(14.0%)である。
一方、「4 知らない」の割合がもっとも高いのは「ソフトフォン」(52.3%)となっている。
- ◆昨年度(H20)と比較すると、認知度(1、2の合計)が上昇しているのは「CATV電話」(0.7ポイント増)のみで、その他の固定電話サービスの認知度は同程度もしくは下降みである。なかでも、「直収電話」の「4 知らない」の割合が7.4ポイント増となっている。

(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 内容を詳しく知っている	2 内容を半分程度知っている	3 名前は知っている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



(2) 現在加入している固定電話サービス（主に通話に利用）

- ◆現在加入している固定電話サービスでは、NTT（東西）が提供する加入電話が53.7%を占めている。（NTT 西日本:30.7%、NTT 東日本:23.0%）次いで、NTT（東西）「ひかり電話」が18.6%、KDDI「メタルプラス電話」が4.8%と続く。
- ◆固定電話の種類別に見ると、もっとも多いのは「NTTの加入電話」（53.7%）、次いで「OABJ-IP電話」（27.2%）の順に続く。また、「固定電話は契約していない」は9.2%である。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「NTTの加入電話」の割合が7.3ポイント減少しているのに対し、OABJ-IP電話の加入率は増加している（3.9ポイント増）。また、「固定電話は契約していない」の割合にも増加傾向がみられる（1.5ポイント増）。

問2 現在、ご自宅での固定電話サービスに加入していますか。あてはまるものを1つ選択してください。(複数加入している場合は、主に通話に利用しているものを選択してください。)

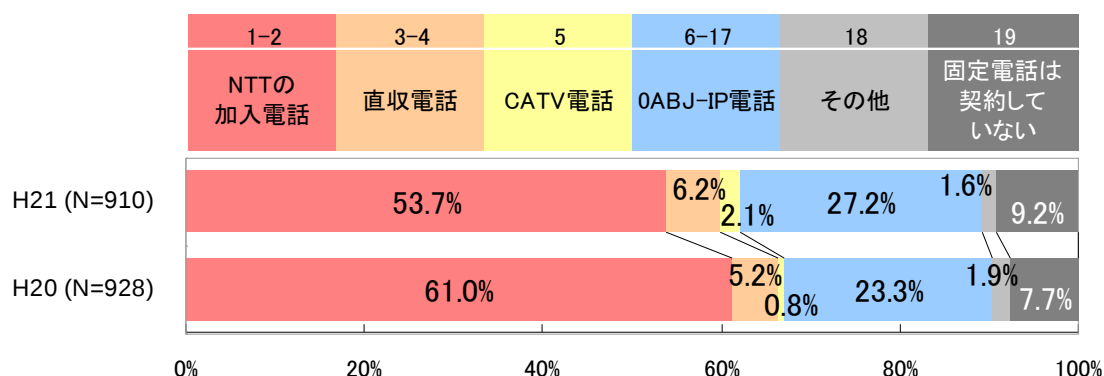
- 1 NTT東日本が提供する加入電話
(※「ひかり電話」を利用している方は7を選択してください)
- 2 NTT西日本が提供する加入電話
(※「ひかり電話」を利用している方は8を選択してください)
- 3 ソフトバンクテレコム「おとくライン」
- 4 KDDI「メタルプラス電話」
- 5 J:COM「J:COM PHONE」
- 6 KDDI・提携ケーブルテレビ会社「ケーブルプラス電話」
- 7 NTT東日本「ひかり電話」
- 8 NTT西日本「ひかり電話」
- 9 KDDI「ひかりone電話」
- 10 ソフトバンクテレコム「BBフォン光」
(※Yahoo!BB(ADSL)で「050」番号を利用する「BBフォン」は含まれません)
- 11 ケイ・オプティコム「eo光電話」
- 12 QTNet「BBIQ光電話」
- 13 STNet「ピカラ光でんわ」
- 14 エネルギア・コミュニケーションズ「メガエッグ光電話」
- 15 中部テレコミュニケーション「コミュファ光電話」
- 16 USEN「GATE CALL」
(※「GATECALL 050」は含まれません)
- 17 DTI「DTIフォンひかり」
- 18 その他 ()
- 19 固定電話サービスは契約していない

「回答上の注意」

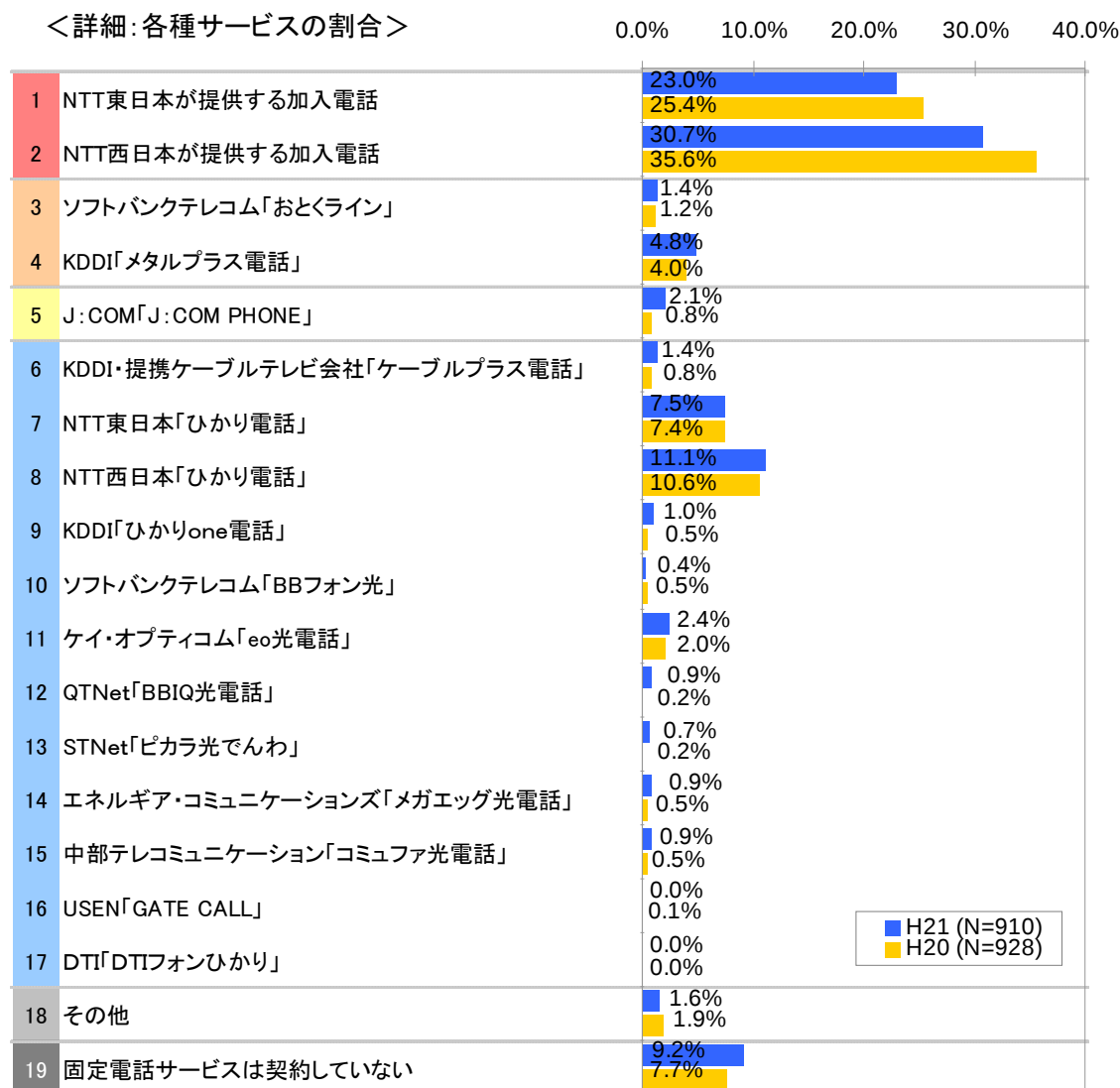
- ① NTTの加入電話に契約し、マイライン、マイラインプラスのサービスとして、NTT以外の電話会社を登録し通話を行っている場合は、1または2を選択してください。
- ② 電話加入権不要タイプ（ADSL専用利用型契約）で「050」番号のIP電話のみを利用されている方は「19」を選択してください。

問2 現在加入している固定電話サービス(主に通話に利用)

<固定電話種類別の割合>



<詳細:各種サービスの割合>



【その他】の主な内容

- ・ YahooBB ! BB フォン (2 件)
- ・ So-net フォン(2 件)

(3) 固定電話サービスに加入していない理由

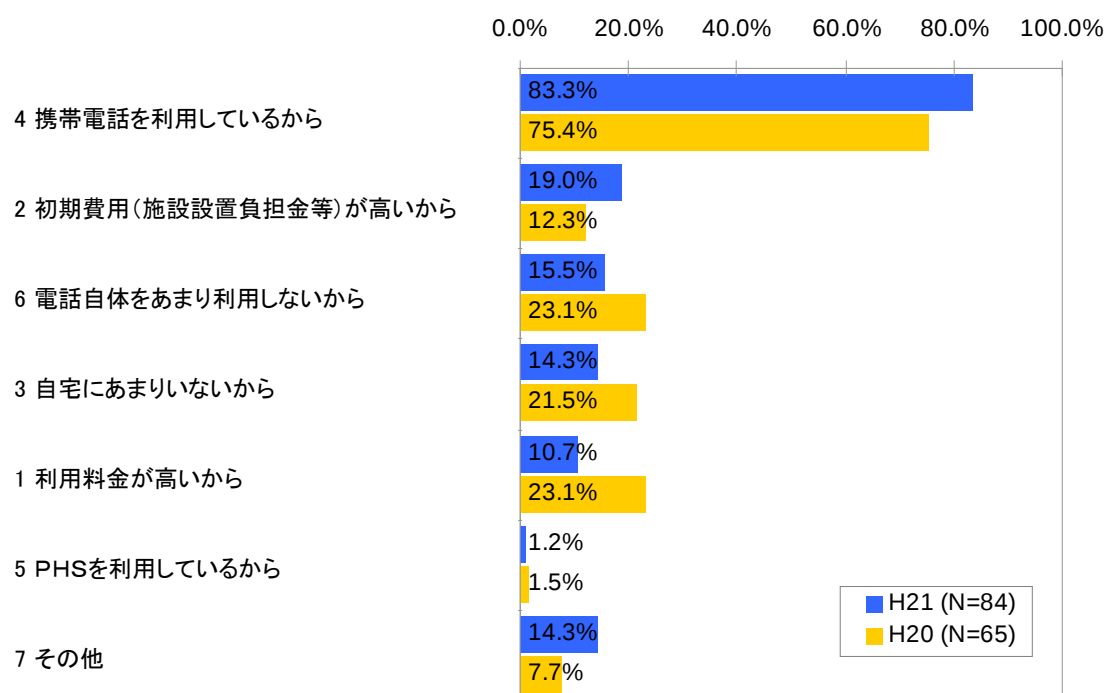
- ◆固定電話サービスに加入していない理由において、もっとも多いのは「4 携帯電話を利用しているから」で83.3%、次いで「2 初期費用（施設設置負担金等）が高いから」（19.0%）、「6 電話自体をあまり利用しないから」（15.5%）と続いている。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「4 携帯電話を利用しているから」は7.9ポイント増加したが、非加入理由として最上位なのは昨年度と同様である。
- 一方、「1 利用料金が高いから」（12.4ポイント減）、「6 電話自体をあまり利用しないから」（7.6ポイント減）、「3 自宅にあまりいないから」（7.2ポイント減）はそれぞれ減少している。

（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



【その他】の主な内容

- ・ 引越の予定があるから（4 件）
- ・ IP 電話を使用しているから（2 件）

(4) 加入している固定電話サービスの選択理由

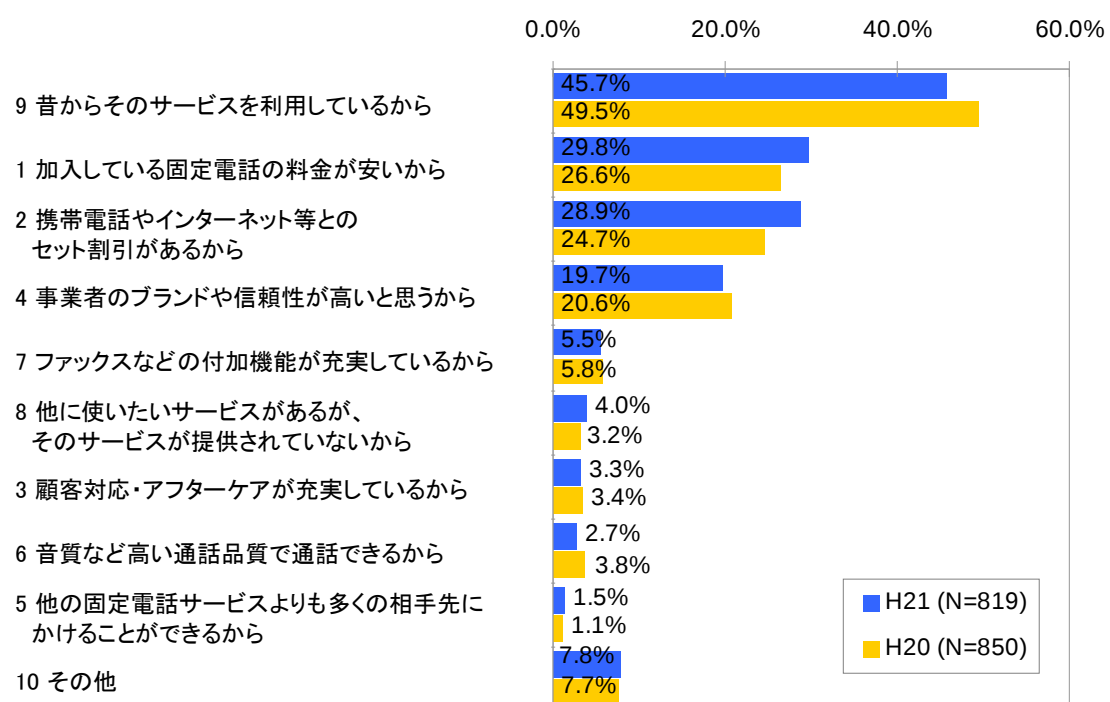
- ◆加入している固定電話サービスの選択理由は、「9 昔からそのサービスを利用しているから」が45.7%と約半数を占めている。次いで、「1 加入している固定電話の料金が安いから」(29.8%)、「2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」(28.9%)と続いている。
- ◆昨年度(H20)と比較すると、「2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」(4.2ポイント増)、「1 加入している固定電話の料金が安いから」(3.2ポイント増)は増加傾向にある。

(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



【その他】の主な内容

- ・ 家族が契約したため（7 件）
- ・ 居住地域・マンション等において特約や制限があるため（6 件）
- ・ インターネットとセットだったため・セットで利用したいため（6 件）
- ・ 事業者・量販店・プロバイダー等から勧誘を受けたため（5 件）
- ・ 通話料が安くなるため（3 件）
- ・ 従来からの電話番号が使えるため（3 件）
- ・ 他に選択の余地がないため（2 件）
- ・ テレビと併せて利用するため（2 件）
- ・ インターネットの回線速度が速いため（2 件）
- ・ 加入時に受けられる割引サービスが良かったため（2 件）
- ・ 基本料が安くなるため（2 件）
- ・ 着信通知メールサービス等のサービスがあるため（2 件）
- ・ 電話帳がもらえるため（2 件）

(5) NTT加入電話の利用を継続している理由

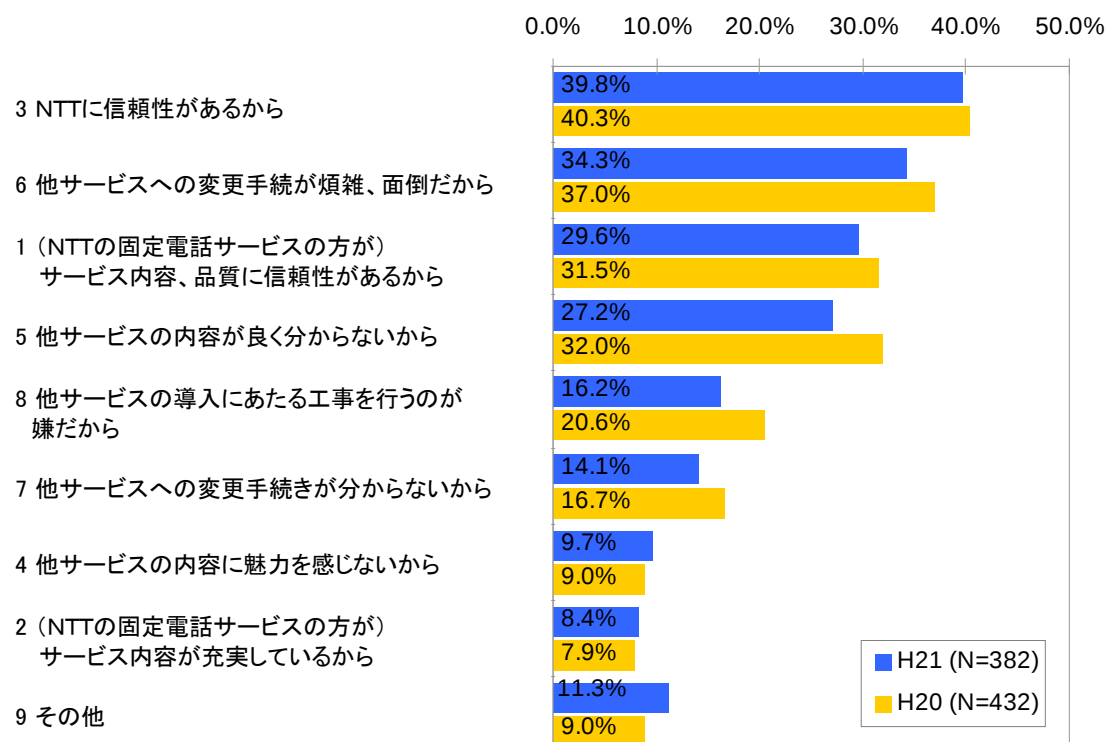
- ◆NTT加入電話の継続利用の理由は、「3 NTTに信頼性があるから」が39.8%と最も多い。次いで、「6 他サービスへの変更手続きが煩雑、面倒だから」(34.3%)、「1 サービス内容、品質に信頼性があるから」(29.6%)の順で続いている。
- ◆昨年度(H20)と比較すると、「3 NTTに信頼性があるから」は0.5ポイント減少しているが、継続利用の理由として最多なのは昨年度と同様である。
- ◆上位6項目はいずれも昨年度より減少しており、なかでも「5 他サービスの内容が良く分からないから」(4.8ポイント減)、「6 他サービスへの変更手続きが煩雑、面倒だから」(4.4ポイント減)が特に減っている。

(問2で選択肢「1」・「2」(NTT東日本/西日本の提供する加入電話)を選択した方にお聞きします)

問5 NTT加入電話の利用を継続している理由は何ですか。あてはまるものをすべて選択してください。

- 1 (NTTの固定電話サービスの方が) サービス内容、品質に信頼性があるから
- 2 (NTTの固定電話サービスの方が) サービス内容が充実しているから
- 3 NTTに信頼性があるから
- 4 他サービスの内容に魅力を感じないから
- 5 他サービスの内容が良く分からないから
- 6 他サービスへの変更手続きが煩雑、面倒だから
- 7 他サービスへの変更手続きが分からないから
- 8 他サービスの導入にあたる工事を行うのが嫌だから
- 9 その他()

問5 NTT加入電話の利用を継続している理由



【その他】の主な内容

- ・ 他の選択肢がないため（15 件）
- ・ 特に理由はない・何となく（4 件）
- ・ 電話番号を変えたくないため（3 件）
- ・ 考えるのが面倒であるため（3 件）
- ・ 停電時にも使用できるため（2 件）

(6) 固定電話サービスの情報収集や利用検討を行ったことがあるもの

- ◆固定電話サービスの情報収集や利用検討については、「6 行ったことはない」がもっとも多く51.9%と過半数を占めている。次いで、「5 特定サービスの情報収集はしていないが、他サービスの利用検討を考えたことはある」が23.7%と続いている。
- ◆情報収集や利用の検討を行ったことがあるものとしては、回答の多い順に「3 CATV電話」(13.2%)、「1 OABJ-IP電話」(10.1%)、「2 直収電話」(6.8%)となっている。
- ◆昨年度(H20)と比較すると、「3 CATV電話」の情報収集や利用の検討となった割合がやや増加している(0.9ポイント増)。

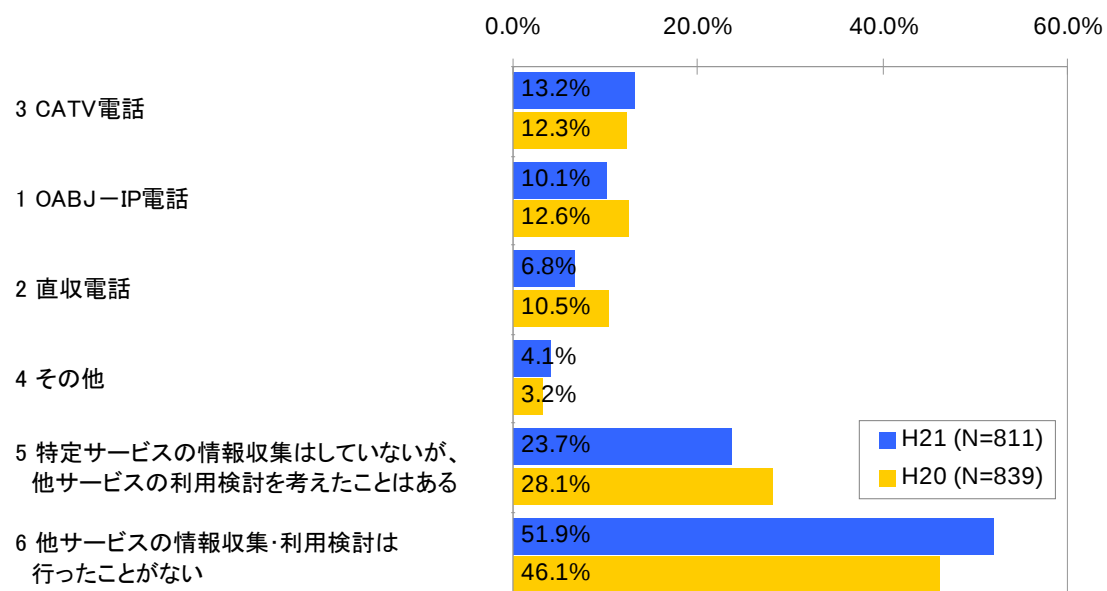
(問2で選択肢「1」～「18」を選択した方にお聞きします)

問6 今までに次の固定電話サービスの情報収集や利用の検討を行ったことがありますか。

あてはまるものをすべて選択してください。

- 1 OABJ-IP電話
- 2 直収電話
- 3 CATV電話
- 4 その他()
- 5 特定サービスの情報収集はしていないが、他サービスの利用検討を考えたことはある
- 6 他サービスの情報収集・利用検討は行ったことはない

問6 固定電話サービスで情報収集や利用の検討を行ったことがあるもの



【その他】の主な内容

- ・ 050-IP 電話 (114 件)
- ・ 検討はしたが、居住地域の関係上、選択できるサービスがない (3 件)
- ・ スカイプ (2 件)

(7) 固定電話の利用料金（基本料、通話料）についての考え

- ◆固定電話の利用料金について、もっとも多いのは「1 高いと思う」の44.6%。次いで、「2 普通だと思う」(24.4%)、「5 特に意識したことはない」(13.2%)と続く。
「3 安いと思う」は5.9%と最も低い割合となっている。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「1 高いと思う」の割合が4.7ポイント減少し、「5 特に意識したことはない」の割合が4.9ポイント増加している。

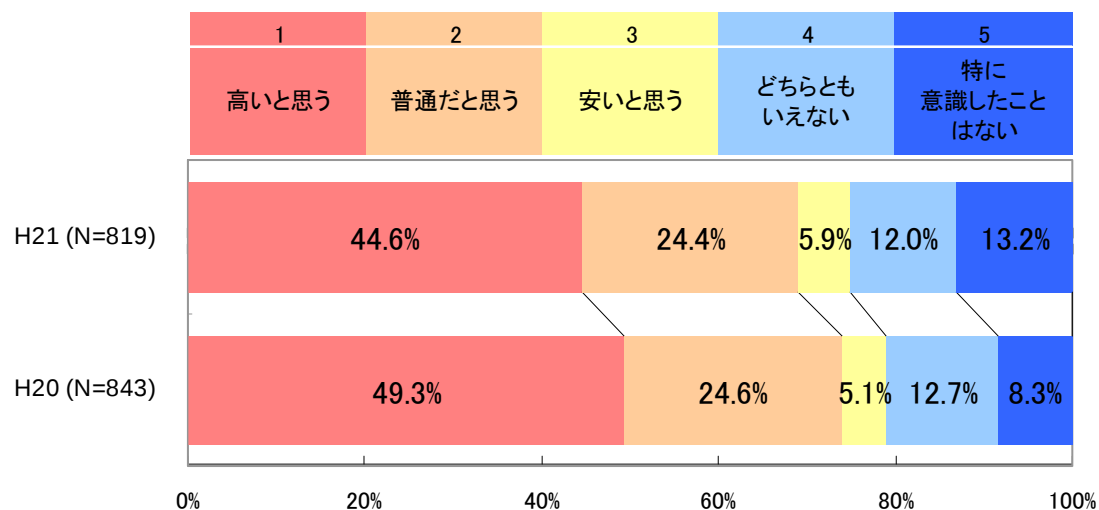
（問2で選択肢「1」～「18」を選択した方にお聞きします）

問7 固定電話の利用料金（基本料、通話料）について、どのようにお考えですか。

あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 高いと思う
- 2 普通だと思う
- 3 安いと思う
- 4 どちらともいえない
- 5 特に意識したことはない

問7 固定電話の利用料金（基本料、通話料）についての考え



(8) 現在加入している固定電話サービスの変更検討について
(他社の固定電話サービスが利用料金を引き下げた場合)

- ◆他社の固定電話サービスが利用料金を引き下げた場合の固定電話サービスの変更検討について、もっとも多いのは「2 年間支払額や長期的にみて支払額に相当の差異があれば変更したいと思う」で 45.4%。次いで、「1 基本料、通話料が少しでも安いサービスがあれば、変更したいと思う」が 28.6%と続く。合わせると 74.0%が、他社が利用料金を引き下げた場合「変更したいと思う」と回答している。
- ◆昨年度（H20）と比較しても、各項目の割合に大きな差異はみられない。

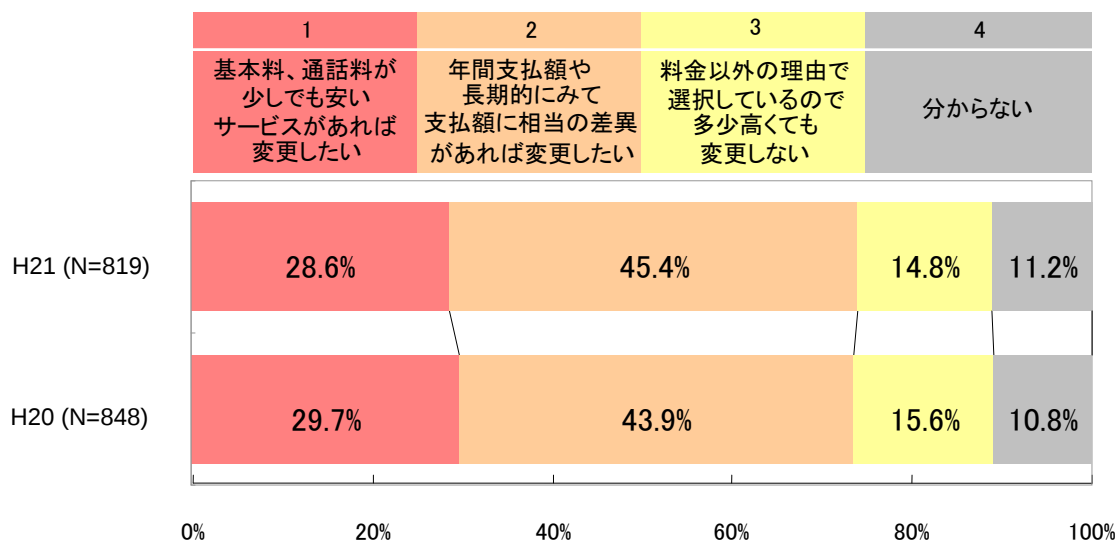
(問2で選択肢「1」～「18」を選択した方にお聞きします)

問8 他社の固定電話サービスが利用料金を引き下げた場合、サービスの変更を検討しますか。

あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 基本料、通話料が少しでも安いサービスがあれば、変更したいと思う
- 2 年間支払い額や長期的にみて支払額に相当の差異があれば、変更したいと思う
- 3 料金以外の理由で現在の固定電話サービスを選択しているので、多少利用料金が高くても変更したいと思わない
- 4 分からない

問8 現在加入している固定電話サービスの変更検討について
(他社の固定電話サービスが利用料金を引き下げた場合)



(9) 固定電話サービスに加入した上で利用している通話サービス

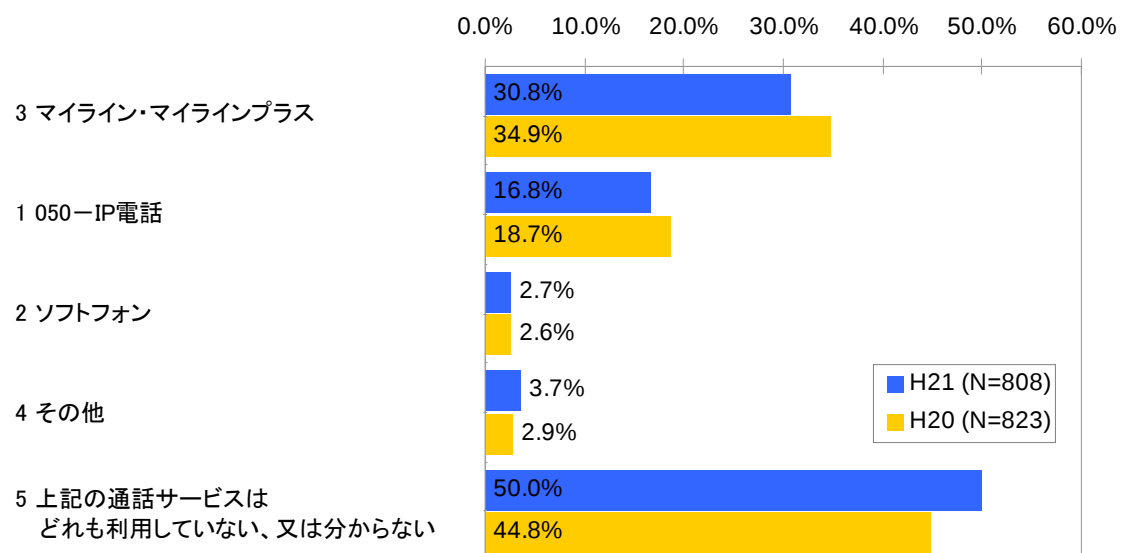
- ◆固定電話サービスに加入した上で利用している通話サービスは、「3 マイライン・マイラインプラス」が30.8%、次いで「1 050-IP電話」が16.8%で続く。
- ◆また、「5 上記の通話サービスはどれも利用していない、又は分からない」は50.0%であった。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「3 マイライン・マイラインプラス」（4.1 ポイント減）、「1 050-IP電話」（1.9 ポイント減）が若干減少している。

（問2で選択肢「1」～「18」を選択した方にお聞きします）

問9 問2で選択した固定電話サービスに加入した上で、どのような通話サービスを利用していますか。
あてはまるものをすべて選択してください。

- 1 050-IP電話
- 2 ソフトフォン
- 3 マイライン・マイラインプラス（NTT東日本・NTT西日本が提供する加入電話に加入している場合で、市内・県内・県外・国際のいずれか1つでも登録している場合）
- 4 その他（ ）
- 5 上記の通話サービスはどれも利用していない、又は分からない

問9 固定電話サービスに加入した上で利用している通話サービス



(10)「050-IP電話」の利用内容

- ◆「050-IP電話」の利用内容において、もっとも多いのは「1 IP電話との通話（無料通話が可能なもの）」で45.6%。次いで、「7 一般の固定電話との通話（県外）」（17.6%）、「6 一般の固定電話との通話（県内市外）」（16.2%）と続く。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「6 一般の固定電話との通話（県内市外）」（5.5 ポイント増）、「一般の固定電話との通話（市内）」（2.4 ポイント増）、「2 IP電話との通話（利用料金が課されるもの）」（4.7 ポイント増）が増加している。

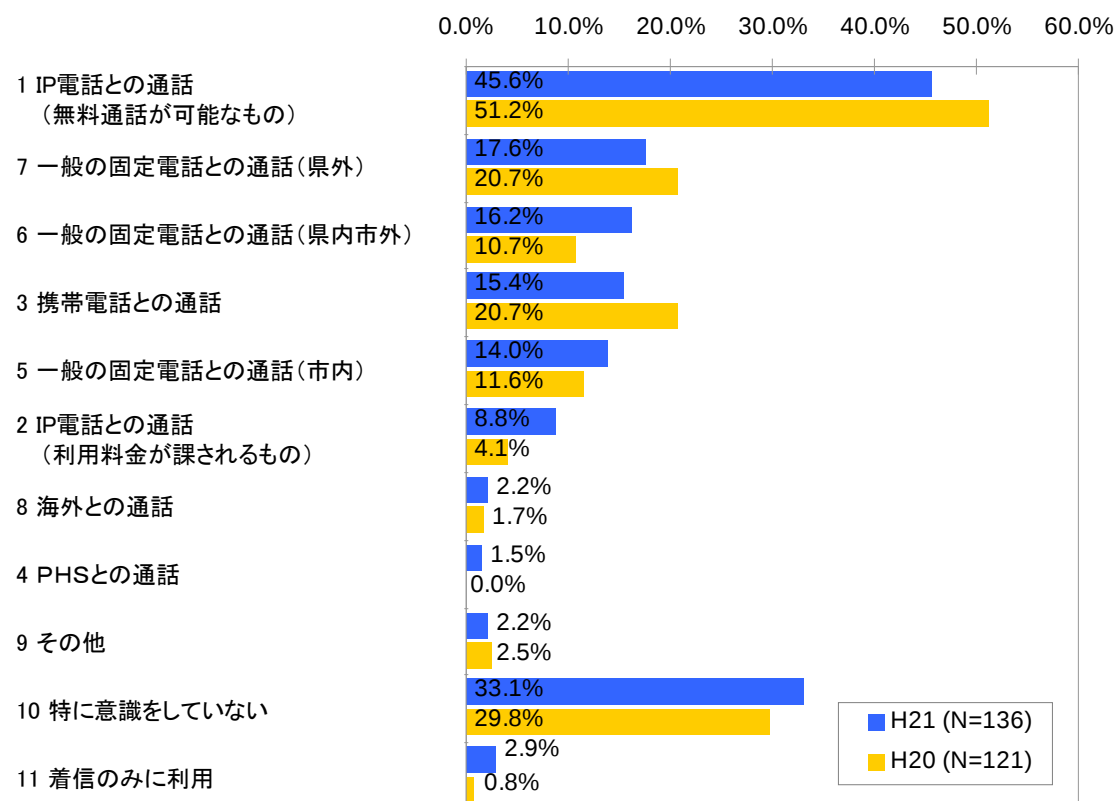
（問9で選択肢「1」を選択した方にお聞きします）

問10 「050-IP電話」をどのようなときに利用しますか。

あてはまるものを2つまで選択してください。

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| 1 IP電話との通話（無料通話が可能なもの） | 7 一般の固定電話との通話（県外） |
| 2 IP電話との通話（利用料金が課されるもの） | 8 海外との通話 |
| 3 携帯電話との通話 | 9 その他（ ） |
| 4 PHSとの通話 | 10 特に意識をしていない |
| 5 一般の固定電話との通話（市内） | 11 着信のみに利用 |
| 6 一般の固定電話との通話（県内市外） | |

問10「050-IP電話」の利用内容



(11) 直前に加入していた固定電話サービス
(又は現在加入していないが過去に加入していたもの)

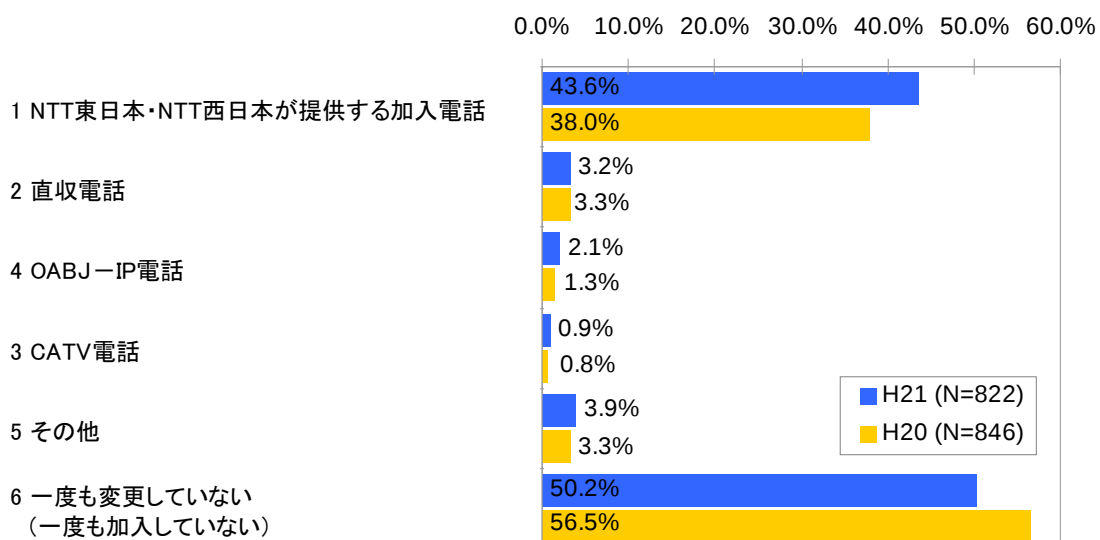
- ◆過去に加入していた固定電話サービスを「6 一度も変更していない(一度も加入していない)」は、50.2%と過半数を占めてもっとも多い。次いで、「1 NTT東日本・NTT西日本が提供する加入電話」が43.6%で続いている。
- ◆昨年度(H20)と比較すると「1 NTT東日本・NTT西日本が提供する加入電話」は5.6ポイント増加し、「6 一度も変更していない(一度も加入していない)」は6.3ポイント減少しているが、各項目の順位に大きな差異はない。

(問2で選択肢「1」～「18」を選択した方にお聞きします)

問11 現在加入している固定電話を使い始める以前に、それとは異なる固定電話サービスに加入していましたか。直前に加入していたものを、又は現在加入していないが過去に加入していたものを、すべて選択してください。

- 1 NTT東日本・NTT西日本が提供する加入電話
- 2 直収電話
- 3 CATV電話
- 4 OABJ-IP電話
- 5 その他()
- 6 一度も変更していない(一度も加入していない)

問11 直前に加入していた固定電話サービス
(又は現在加入していたが過去に加入していたもの)



【その他】の主な内容
・ 050-IP 電話 (17 件)

(12) 以前加入していた固定電話の解約状況(固定電話サービスの変更時)

- ◆固定電話サービスを変更した際に、以前加入していた固定電話の解約状況について、「1 解約した」が54.1%で、「2 解約しなかった」の45.9%を上回っている。
- ◆昨年度(H20)と比べると、「1 解約した」の割合は若干減少している(3.2ポイント減)。

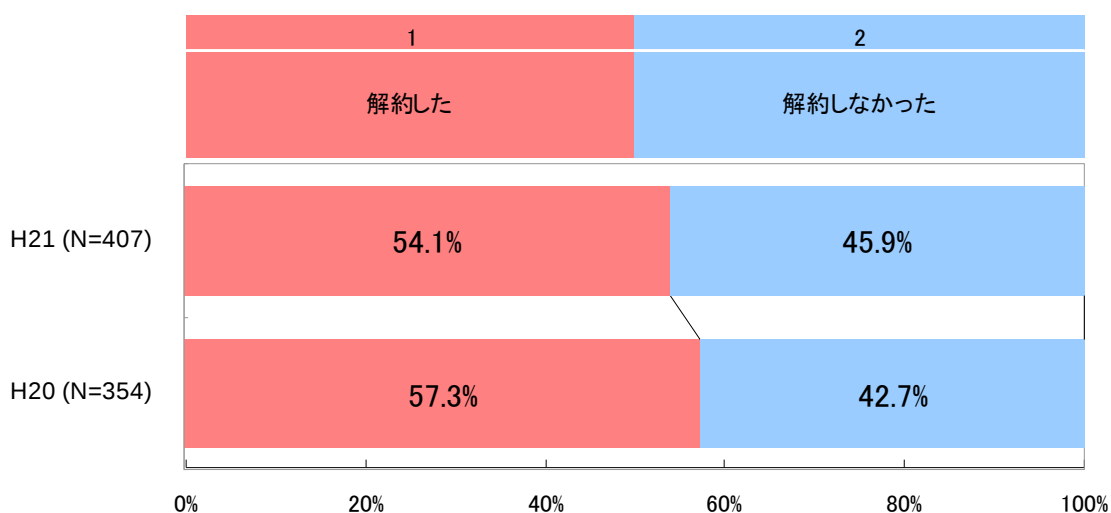
(問11で選択肢「1」～「5」を選択した方にお聞きします)

問12 固定電話サービスを変更した際、以前加入していた固定電話を解約しましたか。

あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 解約した
- 2 解約しなかった

問12 固定電話サービスを変更した際、以前加入していた固定電話の解約状況



(13) 現在加入している固定電話サービスに変更した理由

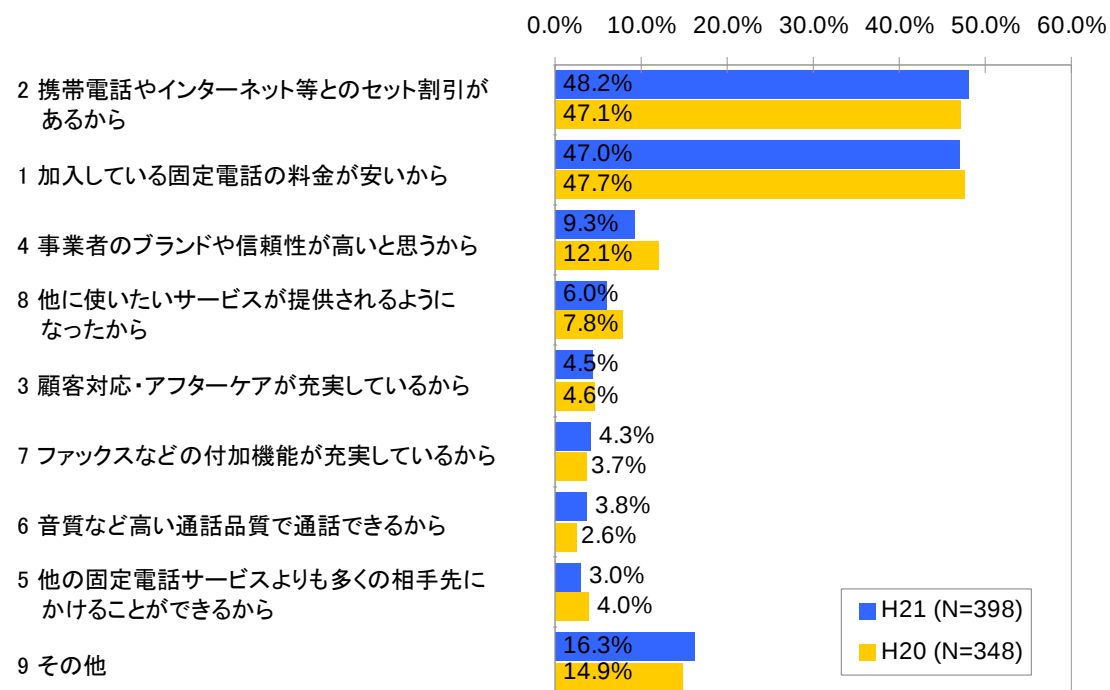
◆現在加入している固定電話サービスに変更した理由は、「2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」が48.2%でもっとも多い。次いで「1 加入している固定電話の料金が安いから」が47.0%と続き、料金面に関する理由がどちらも4割以上に達している。

(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



【その他】の主な内容

- ・ 引越しのため (22 件)
- ・ 勧誘や紹介があったため (14 件)
- ・ 回線変更等の際にセットだったため (6 件)
- ・ 居住地域で利用できるサービスが変更されたため (3 件)
- ・ インターネットの処理速度が速くなることを期待したため (2 件)

(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

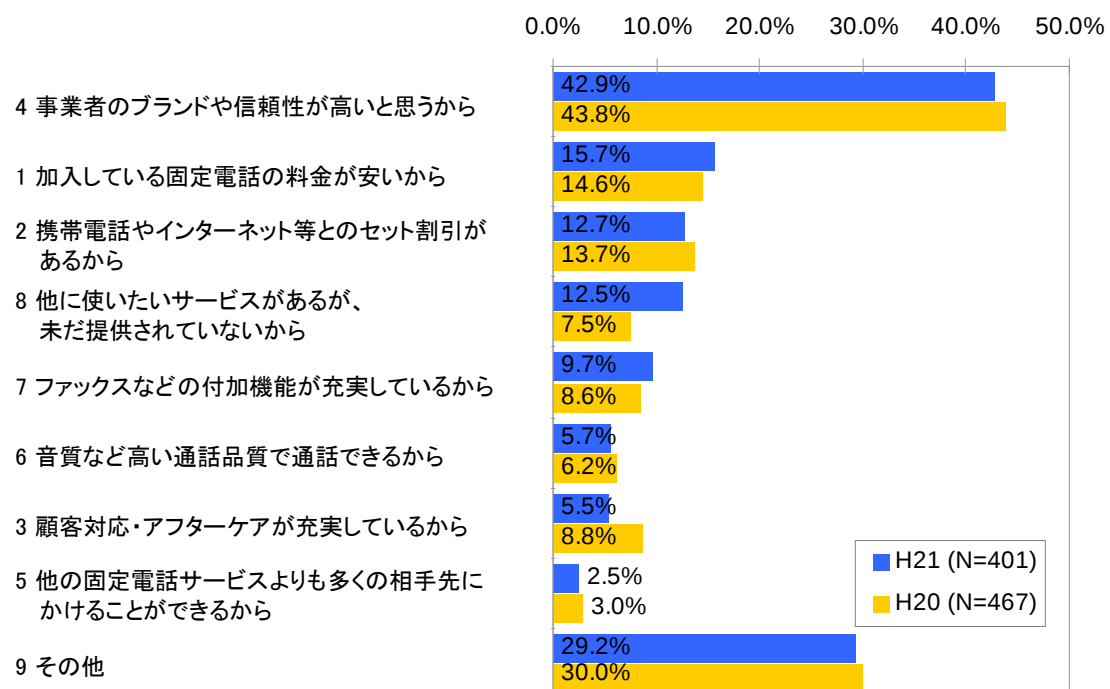
- ◆現在加入している固定電話サービスを変更していない理由は、「4 事業者のブランドや信頼性が高いと思うから」が42.9%ともっとも多い。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「8 他に使いたいサービスがあるが、未だ提供されていないから」は5.0ポイント増ともっとも増加している。
- ◆その他の回答内容では、「変更が面倒であるため」がもっとも多く32件、他には「他のサービスをよく知らないため・どのサービスが良いのかよくわからないため」（17件）、「昔から利用しているため」（10件）、「現状に不便を感じないため・変更の必要性を感じないため」（9件）等が挙げられている。

（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



【その他】の主な内容

- ・ 変更が面倒であるため（32 件）
- ・ 他のサービスをよく知らないため・どのサービスが良いのかよくわからないため（17 件）
- ・ 昔から利用しているため（10 件）
- ・ 現状に不便を感じないため・変更の必要性を感じないため（9 件）
- ・ 特に理由はない（7 件）
- ・ 今まで加入していなかったため・新規契約だったため（6 件）
- ・ 電話番号を変更したくないため（4 件）
- ・ 引越の可能性があるため（2 件）
- ・ 電話加入権があるため（2 件）
- ・ 他社サービスが提供されていないエリアであるため（2 件）

(15) 今後加入したい固定電話サービス

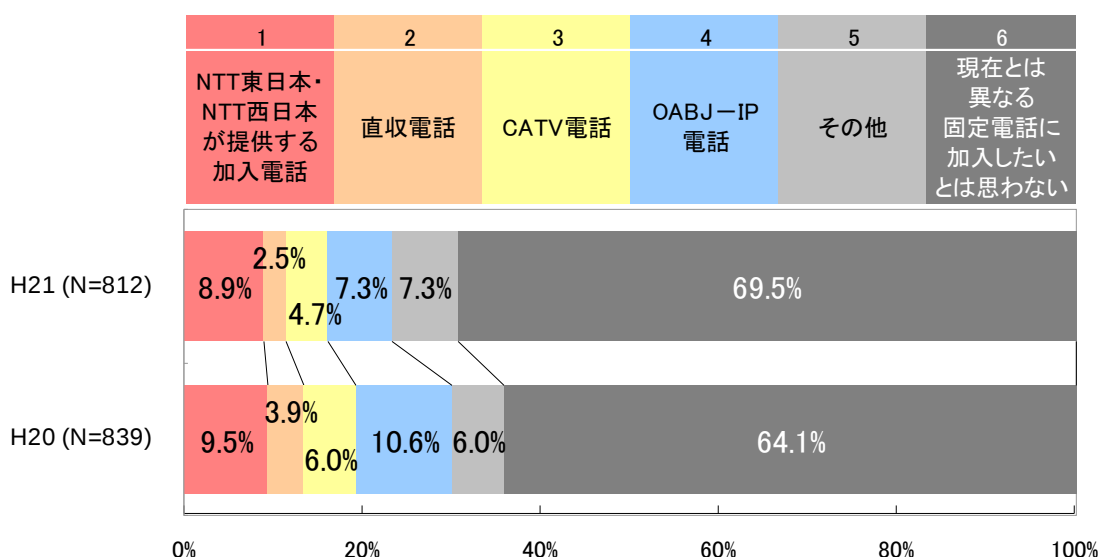
- ◆ 今後加入したい固定電話サービスについては、「6 現在とは異なる（又は新たな）固定電話サービスに加入したいとは思わない」が69.5%と最も多く、約7割を占めている。次いで、「1 NTT東日本・NTT西日本が提供する加入電話」が8.9%、「4 OABJ-IP電話」及び「5 その他」がともに7.3%で続いている。
- ◆ 「5 その他」では「料金の安いものがあれば検討する」（12件）、「今後良いサービスがあれば検討する」（5件）、「050-IP電話」（4件）等が挙げられている。
- ◆ 昨年度（H20）と比較すると、「6 現在とは異なる（又は新たな）固定電話サービスに加入したいとは思わない」の割合は増加しているのに対して（5.4ポイント増）、「4 OABJ-IP電話」の割合は減少している（3.3ポイント減）。

（問2で選択肢「1」～「18」を選択した方にお聞きます）

問15 今後、加入したい固定電話サービスがありますか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 NTT東日本・NTT西日本が提供する加入電話
- 2 直収電話
- 3 CATV電話
- 4 OABJ-IP電話
- 5 その他（ ）
- 6 現在とは異なる（又は新たな）固定電話サービスに加入したいとは思わない

問15 今後、加入したい固定電話サービス



【その他】の主な内容

- ・ 料金の安いものがあれば検討する（12件）
- ・ わからない（12件）
- ・ 今後良いサービスがあれば検討する（5件）
- ・ 050-IP電話（4件）
- ・ KDDIのサービス（3件）
- ・ 携帯電話があればよい（2件）

(16) 現在加入している固定電話サービスの解約意向
(異なる固定電話サービスに加入する場合)

◆異なる固定電話サービスに加入する際、現在加入している固定電話サービスは「1 解約するつもり」が65.3%で、「2 解約するつもりはない」(34.7%)を大きく上回る。

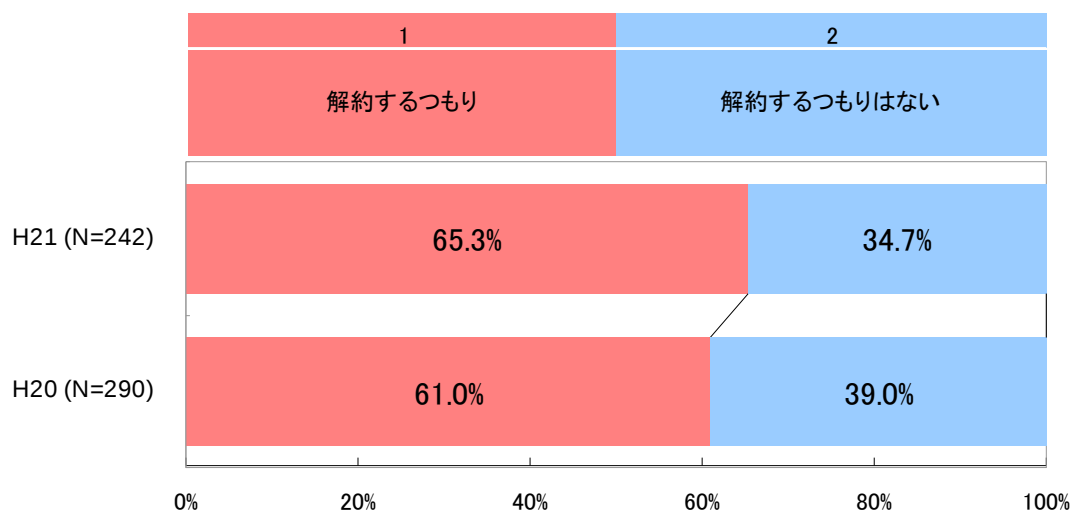
(問15で選択肢「1」～「5」を選択した方にお聞きします)

問16 加入したい固定電話サービスに加入する際、現在加入している固定電話を解約するつもりですか。

あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 解約するつもり
- 2 解約するつもりはない

問16 現在加入している固定電話サービスの解約意向
(異なる固定電話サービスに加入する場合)



(17) 現在とは異なる固定電話サービスに変更したい理由

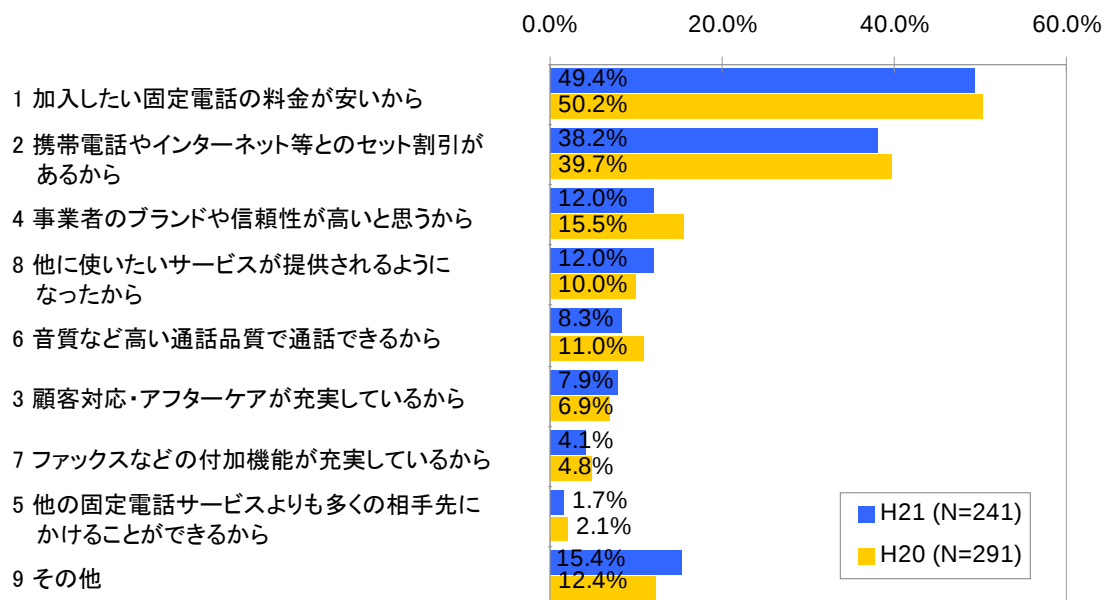
- ◆現在とは異なる固定電話サービスに変更したい理由について、もっとも多いのは「1 加入したい固定電話の料金が安いから」が49.4%と約半数を占めている。次いで、「2 携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」が38.2%で続く。
- ◆「9 その他」(15.4%)には「インターネット・TV等と合わせて変更したいため」(3件)等の理由が挙げられている。

(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



【その他】の主な内容

- ・ インターネット・TV等と合わせて変更したいため (3件)
- ・ 他を検討するのが面倒であるため (2件)
- ・ 性能面で優れているため (2件)

(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32.1%でもっとも多い。次いで、「1 加入している固定電話の料金が安いから」(29.3%)、「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」(28.9%)と続いている。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「4 事業者のブランドや信頼性が高いと思ったから」は2.7ポイント減、「3 顧客対応・アフターケアが充実しているから」は1.8ポイント減と若干減少している。一方、「1 加入している固定電話の料金が安いから」は2.3ポイント増、「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」は2.2ポイント増と、料金面の理由に増加傾向がみられる。
- ◆「9 その他」の理由では、「変更手続等が面倒であるため」という理由が55件でもっとも多い。その他、「サービスメリットがよく比較できないため・わからないため」(30件)、「今のサービスに不満がないため・必要性を感じないため」(20件)、「固定電話の利用頻度が少ないため」(13件)等の理由が挙げられている。

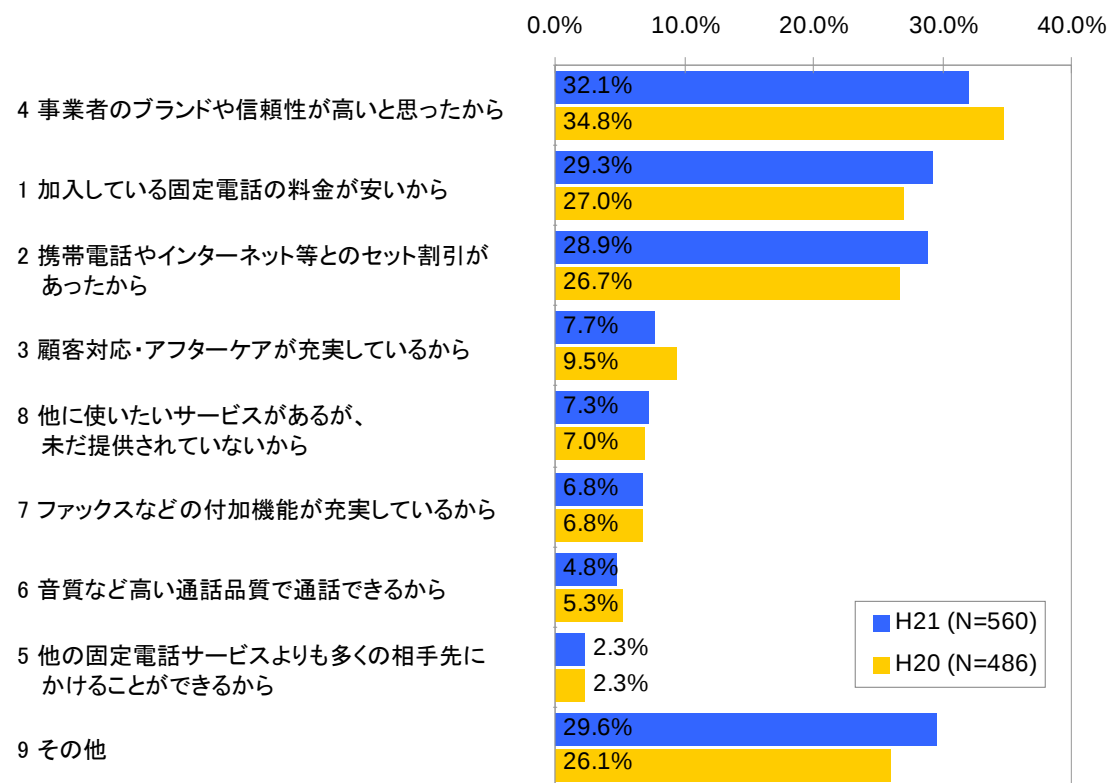
(問15で選択肢「6」を選択した方にお聞きします)

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



【その他】の主な内容

- ・ 変更手続等が面倒であるため (55 件)
- ・ サービスメリットがよく比較できないため・わからないため (30 件)
- ・ 今のサービスに不満がないため・必要性を感じないため (20 件)
- ・ 固定電話の利用頻度が少ないため (13 件)
- ・ 特に考えたことがない・なんとなく (9 件)
- ・ 電話番号を変更したくないため (5 件)
- ・ 昔から利用しているものがないため (5 件)
- ・ インターネット・TV 等も同時に契約しているため (5 件)
- ・ 居住地域・マンション等の関係で変更できないため (2 件)

2. 移動体通信について

(1) 移動体通信端末（携帯電話・PHS又はデータカード）の利用状況

- ◆主に利用している移動体通信事業者の構成比は、「NTT ドコモ」が44.2%、「au」が25.3%、「ソフトバンク」が21.9%、「ウィルコム」が1.0%、「イー・モバイル」が0.1%となっている。また、「18 利用していない」は6.2%であった。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「18 利用していない」の割合が2.8ポイント減と減少傾向がみられる。
通信事業者別にみると、利用率が増加傾向にあるのは「ソフトバンク」で2.6ポイント増、「NTT ドコモ」も0.7ポイント増と若干増加している。「au」（0.1ポイント増）、「ウィルコム」（1.0ポイント減）はともに横這いである。
- ◆移動体通信端末の機種の種類別を昨年度（H20）と比較すると、利用率が増加傾向にあるのは「1 NTT ドコモ/携帯電話（FOMA・電話型）」（4.1ポイント増）、「5 au/CDMA2000 1X WIN（電話型）」（2.3ポイント増）、「11 ソフトバンク/3G（電話型）」（4.2ポイント増）などの3Gタイプの移動体通信端末に集中している。
一方、2Gタイプの利用率は「3 NTT ドコモ/携帯電話（moVa・電話型）」が3.7ポイント減、「9 au/cdmaOne（電話型）」が0.6ポイント減、「12 ソフトバンク/2G（電話型）」が1.6ポイント減と、それぞれ減少傾向がみられる。

(ここからは全員の方がご回答ください)

問19 現在、どの移動体通信事業者^(※1)の移動体通信端末(携帯電話・PHS又はデータカード^(※2))を利用していますか(勤務先で支給されているものを除きます)。主に利用しているものを**1つだけ**選択してください。その際、併せてその機種名(型番)を御記入ください。

携帯電話や PHS などを利用していない場合は選択肢「20」を選択してください。

※1「移動体通信事業者」とは、携帯電話サービスやPHSサービスを提供する電気通信事業者のことをいいます。

例えば、(株)NTTドコモ、au(KDDI株)、(株)ウィルコム、イー・モバイル株等がこれにあたります。

※2音声通話機能を持たない、データ通信用途に特化した移動体端末のことです。

主に利用している移動体通信端末の 通信事業者と機種の種類		
NTT ドコモ	携帯電話 (FOMA・電話型)	1
	携帯電話 (FOMA・データカード)	2
	携帯電話 (mov a・電話型)	3
	携帯電話 (mov a・データカード)	4
a u	CDMA2000 1X WIN (電話型)	5
	CDMA2000 1X WIN (データカード)	6
	CDMA2000 1X (電話型)	7
	CDMA2000 1X (データカード)	8
	cdmaOne (電話型)	9
	cdmaOne (データカード)	10

主に利用している移動体通信端末の 通信事業者と機種の種類		
ソフト バンク	3G (電話型)	11
	2G (電話型)	12
	データカード	13
ウィル コム	電話型	14
	データカード	15
イー・ モバイル	携帯電話	16
	データカード	17
その他		18
よく分からない		19
利用していない		20

主に利用している移動体通信端末の機種名(型番)

具体的に (例) N902i

○携帯電話端末を選択する際のポイント及び御記入頂く機種名(型番)の留意点は、以下の通りです。
《NTTドコモの端末の場合》

・FOMA: 以下の「mov a」に該当しないもの。【3G】

・mov a: 型番の数字が「2又は5」で始まる端末などがこれに当たります。(例: F506i、N253i、D201など。)^{【2G】}

《auの端末の場合》

・CDMA2000 1X WIN: 型番が「W」から始まる端末、「WIN」の表記があるまたは機種名が「PENCK」、「sportio」や以下2つに該当しないものなどがこれに当たります。(例: W61P、W53H、KOO2など。)

【3G】

・CDMA2000 1X: 型番が「A」から始まる端末、機種名が「talby」、「INFOBAR」、「G'z One」、「Sweets」などがこれに当たります。(例: A5529T、A5528Kなど。)^{【3G】}

・cdmaOne: 型番が「C」から始まる端末、「cdmaOne」の表記がある端末がこれに当たります。(例: C413S、C310Tなど。)^{【2G】}

《ソフトバンク(旧ボーダフォン)の端末の場合》

(ソフトバンク端末の場合)

・3G: 型番(端末の側面に表示)の数字が「7～9」で始まる端末、スマートフォン、「着うたフル」、「電子コミック」が利用できる端末がこれに当たります。(例: 921P、830SH、705NK、X02HTなど。)

・2G: 型番(端末の側面に表示)の数字が「2～6」で始まる端末がこれに当たります。(例: V604T、502T、403SH、304T、201SHなど。)

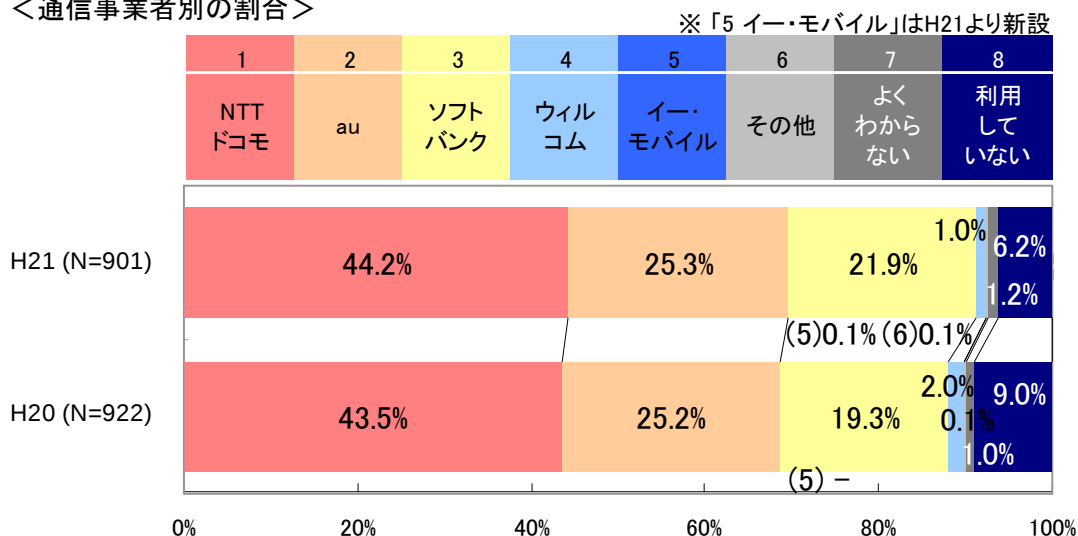
(旧ボーダフォン端末の場合)

・3G: V7、V8、V9 シリーズのうち、型番がそれぞれ 702、802、902 以降の端末、「グローバルスタンダード対応」端末、液晶画面上に「3G」または「G」のアイコン(絵)が表示される端末、メール機能として「SMS」または「MMS」の使える端末がこれに当たります。

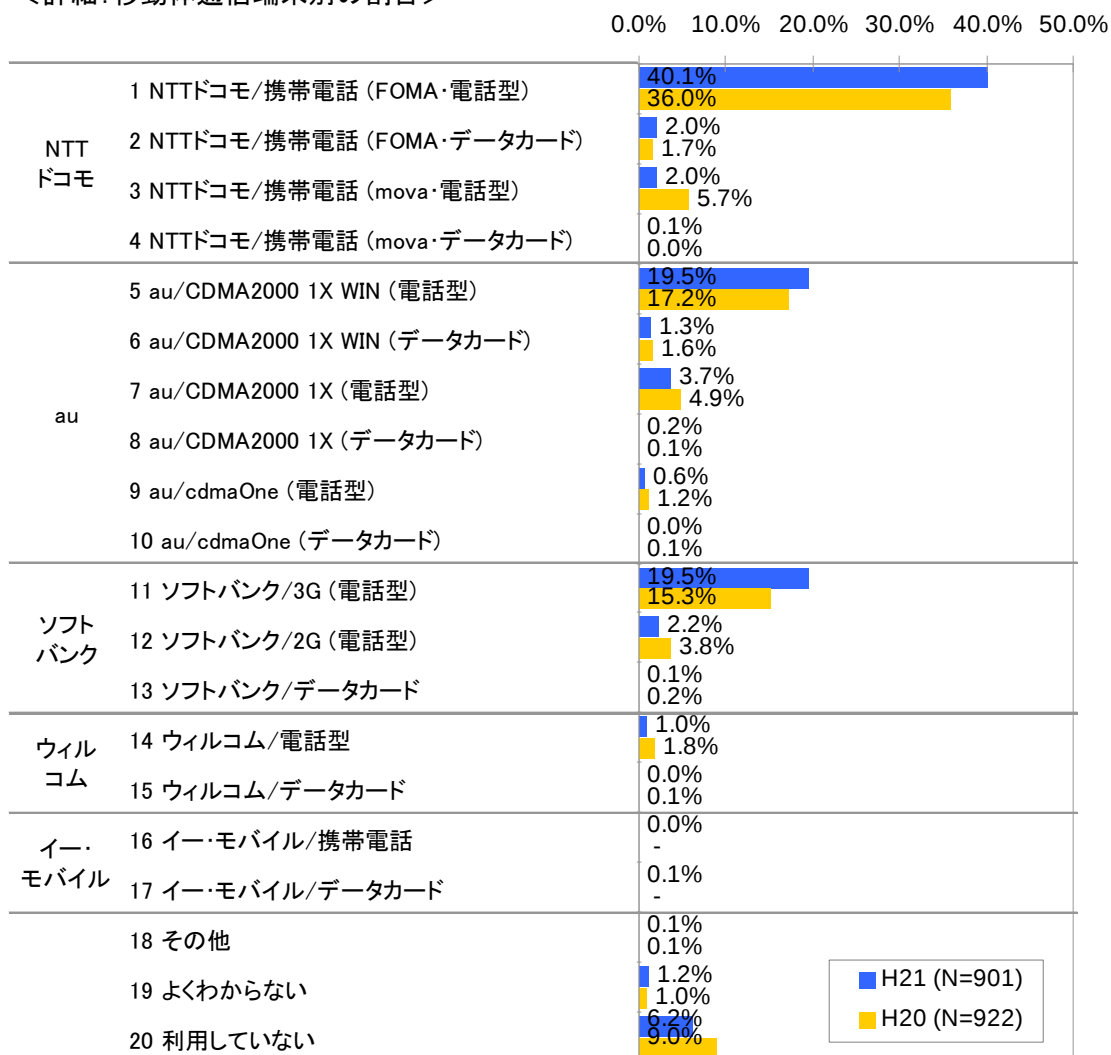
・2G: 上記「3G」に当てはまらない端末がこれに当たります。

問19 現在の移動体通信端末(携帯電話・PHS又はデータカード)の利用状況

<通信事業者別の割合>



<詳細:移動体通信端末別の割合>



※「16 イー・モバイル/携帯電話」「17 イー・モバイル/データカード」はH21より新設

(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

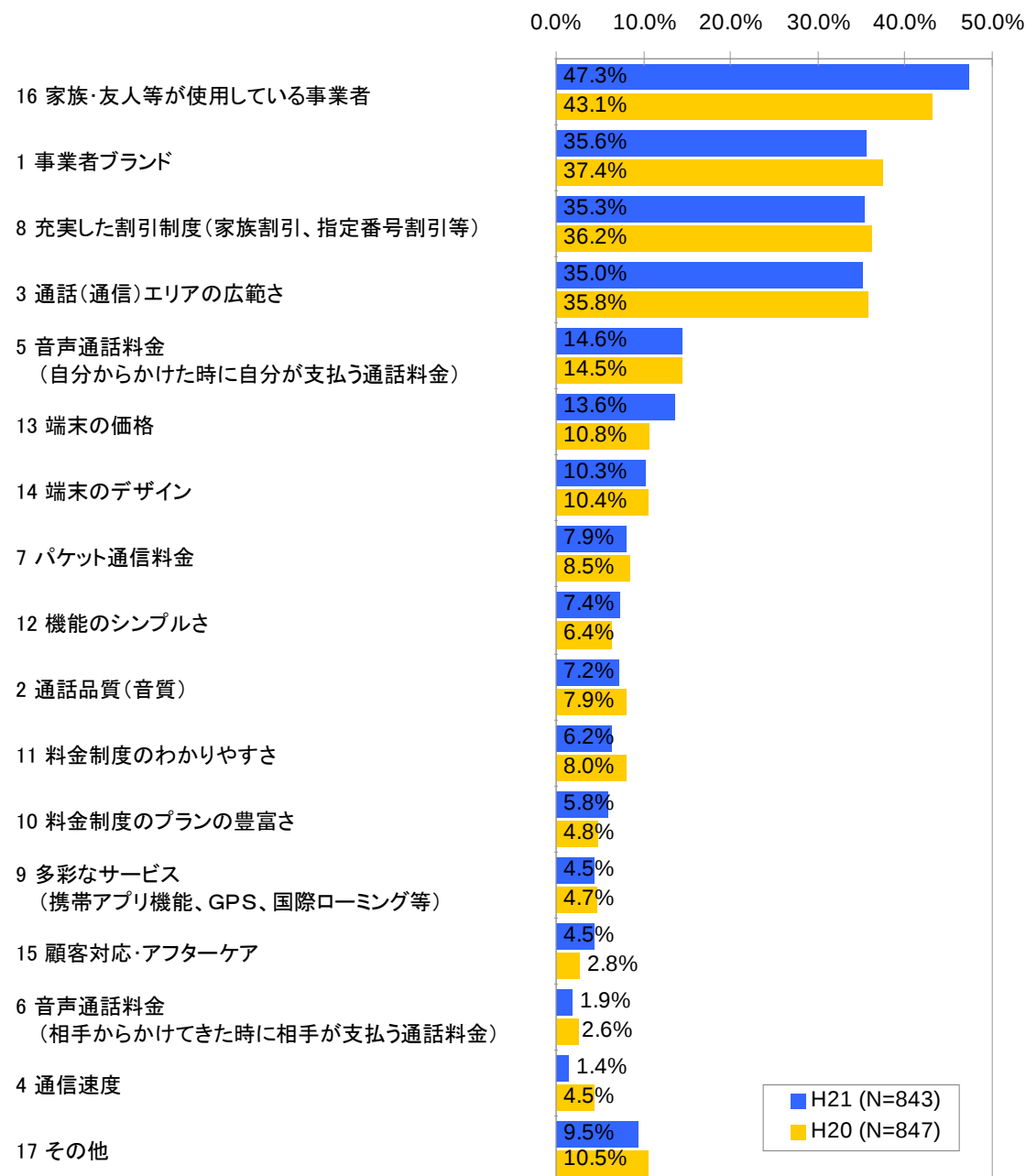
- ◆加入している移動体通信事業者を選択する際に重視した点について、もっとも多いのは「16 家族・友人等が使用している事業者」で47.3%。次いで、「1 事業者ブランド」(35.6%)、「8 充実した割引制度(家族割引、指定番号割引等)」(35.3%)と続いている。
- ◆昨年度(H20)と比較すると「16 家族・友人等が使用している事業者」は4.2ポイント増、「13 端末の価格」は2.8ポイント増、「15 顧客対応・アフターケア」は1.7ポイント増と増加している。
一方、「11 料金制度のわかりやすさ」は1.8ポイント減、「4 通信速度」は3.1ポイント減とやや減少傾向がみられる。
- ◆その他の回答では、「昔から使用している事業者」という回答が18件と上位を占め、その他には、「料金プランや割引プラン」(12件)、「端末の機能(カメラ機能・文字サイズ等)」(11件)、「事業者関係者・関連会社の友人等から勧められた」(10件)等の回答がある。

(問19で選択肢「1」～「19」を選択した方にお聞きます)

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



【その他】の主な内容

- ・ 昔から使用している事業者 (18 件)
- ・ 料金プランや割引プラン (12 件)
- ・ 端末の機能(カメラ機能・文字サイズ等) (11 件)
- ・ 事業者関係者・関連会社の友人等から勧められた (10 件)
- ・ 使用したい機種がある事業者であるため (3 件)
- ・ インターネット・固定電話等と合わせた (3 件)
- ・ 加入当時その事業者しか無かった (2 件)
- ・ 近くに店舗がある (2 件)

(3) 利用している移動体通信端末のサービス

- ◆利用している移動体通信端末のサービスの利用率の上位は、「1 通話」(98.5%)、「2 メール」(93.9%) がそれぞれ 9 割を超え、次いで「4 カメラ機能」(77.1%)、「5 時計機能(時刻表示、アラーム機能、スケジュール管理等)」(75.2%) が 7 割台で続く。
- ◆昨年度(H20)と比較すると、「4 カメラ機能」は 4.0 ポイント増、「9 テレビ・ラジオ受信機能(ワンセグ)」は 4.4 ポイント増と増加傾向がみられる。
- 一方、「14 QR コードリーダー」※は 4.3 ポイント減と減少している。
- ※H20 は「バーコードリーダー」と記載

問 2 1 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、どの機能を利用していますか。

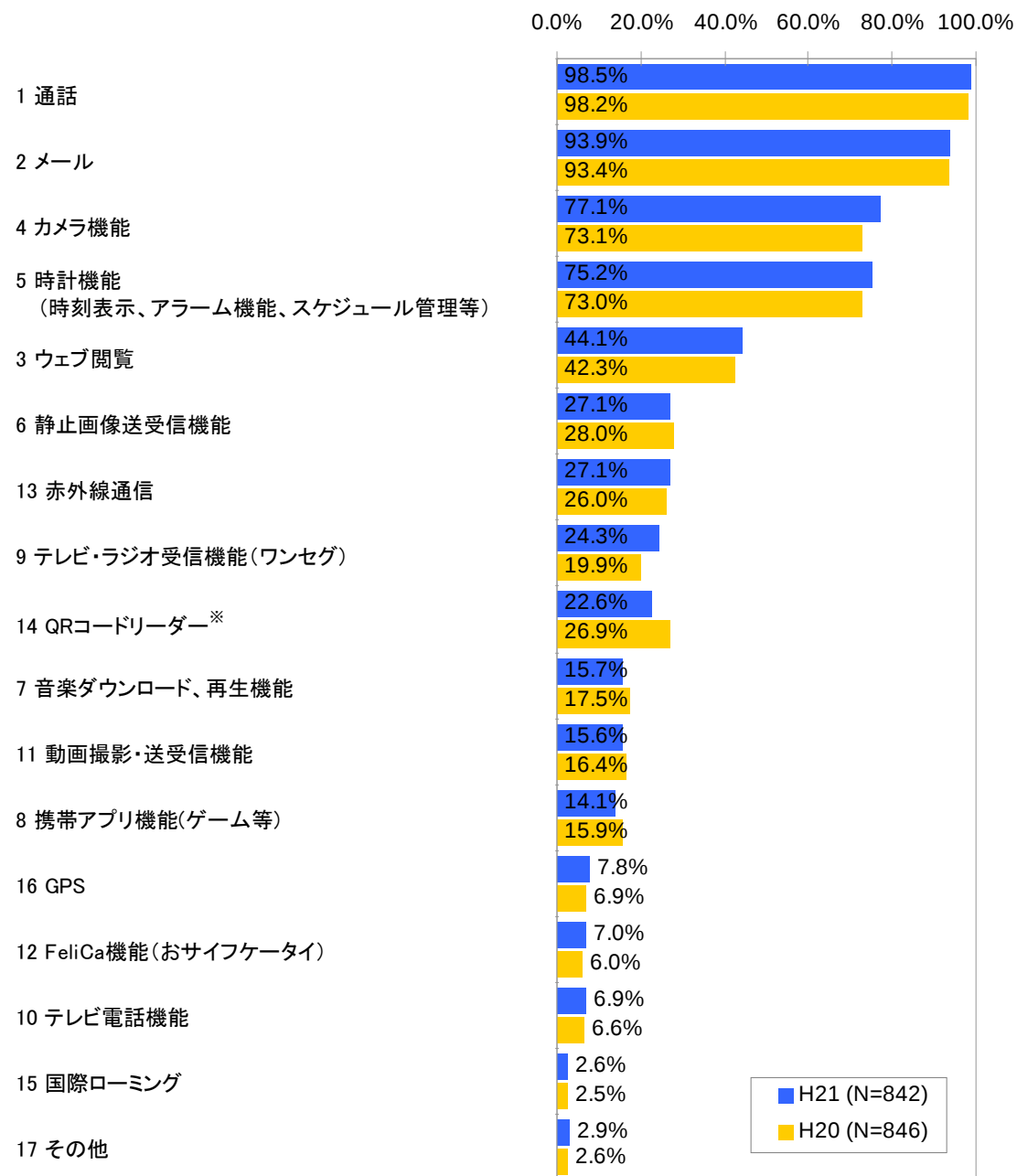
(1) あてはまるものをすべて選択してください。

(2) また、そのうち、よく使うサービスを上位3つまでその番号をお答えください。

- 1 通話
- 2 メール
- 3 ウェブ閲覧
- 4 カメラ機能
- 5 時計機能(時刻表示、アラーム機能、スケジュール管理等)
- 6 静止画像送受信機能
- 7 音楽ダウンロード、再生機能
- 8 携帯アプリ機能(ゲーム等)
- 9 テレビ・ラジオ受信機能(ワンセグ)
- 10 テレビ電話機能
- 11 動画撮影・送受信機能
- 12 FeliCa 機能(おサイフケータイ)
- 13 赤外線通信
- 14 QRコードリーダー
- 15 国際ローミング
- 16 GPS
- 17 その他()

(2) よく使うサービス(上位3つまで) 1 番目() 2 番目() 3 番目()

問21(1) 利用している移動体通信端末のサービス



※ 14「QRコードリーダー」…H20は「バーコードリーダー」と記載

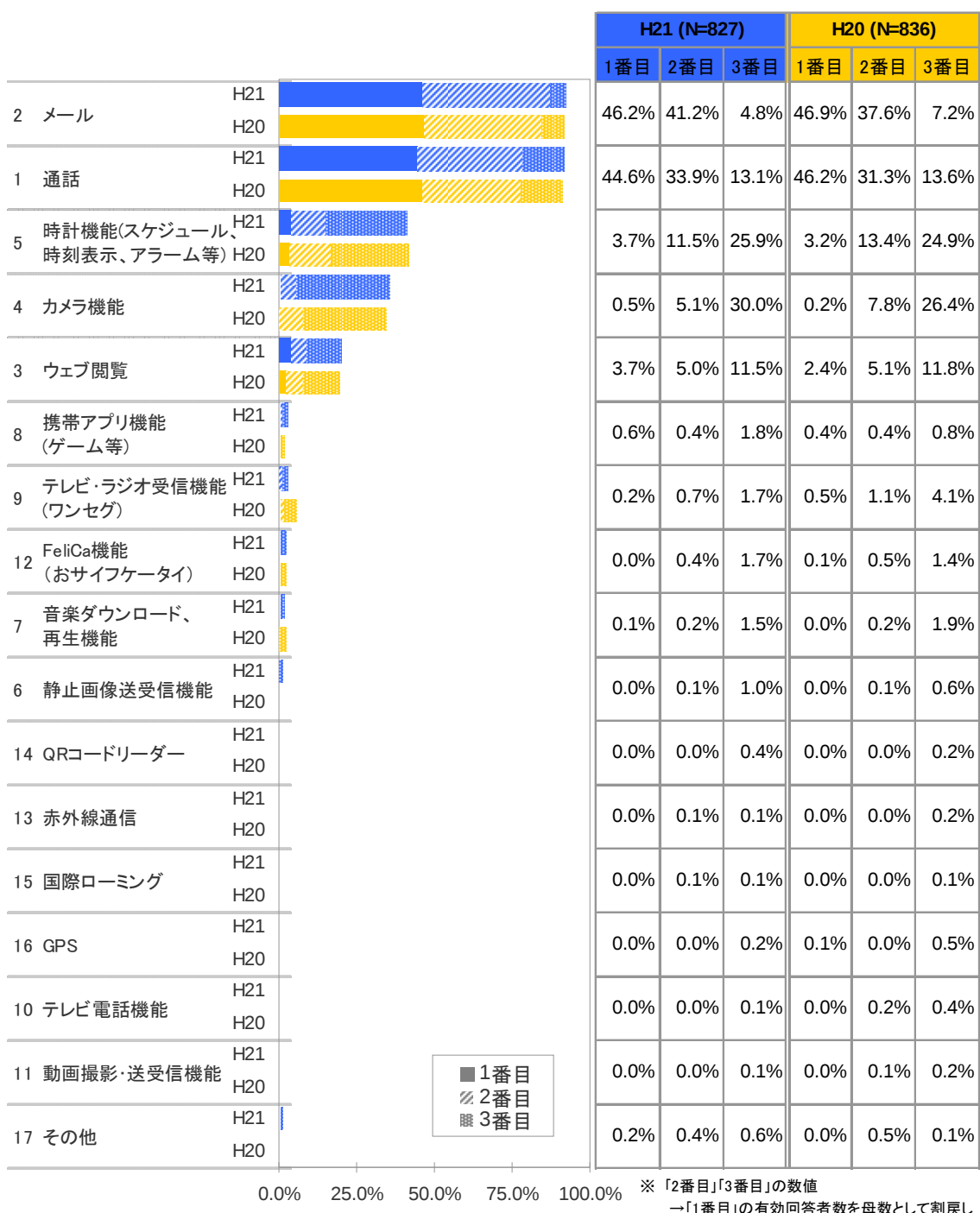
【その他】の主な内容

- ・ 計算機 (5 件)
- ・ Bluetooth (3 件)
- ・ メモ (3 件)
- ・ iC 通信 (2 件)
- ・ 辞書 (2 件)

(4) よく利用する移動体通信端末のサービス（順位付け）

- ◆移動体通信端末で「1 番目」によく利用するサービスとしては、「2 メール」と「1 通話」が中心で、「2 番目」によく利用するサービスでも同じ傾向である。「3 番目」に利用するサービスとしては、「4 カメラ機能」、「5 時計機能（時刻表示、アラーム機能、スケジュール管理等）」、「3 ウェブ閲覧」の割合が高くなっている。
- ◆「1 番目」「2 番目」「3 番目」によく利用するサービスの合計は、昨年度（H20）と比較しても、各項目の割合に大きな差異はない。

問21(2) よく利用する移動体通信端末のサービス（順位付け）



(5) 現在利用している移動体通信サービスに対する不満点

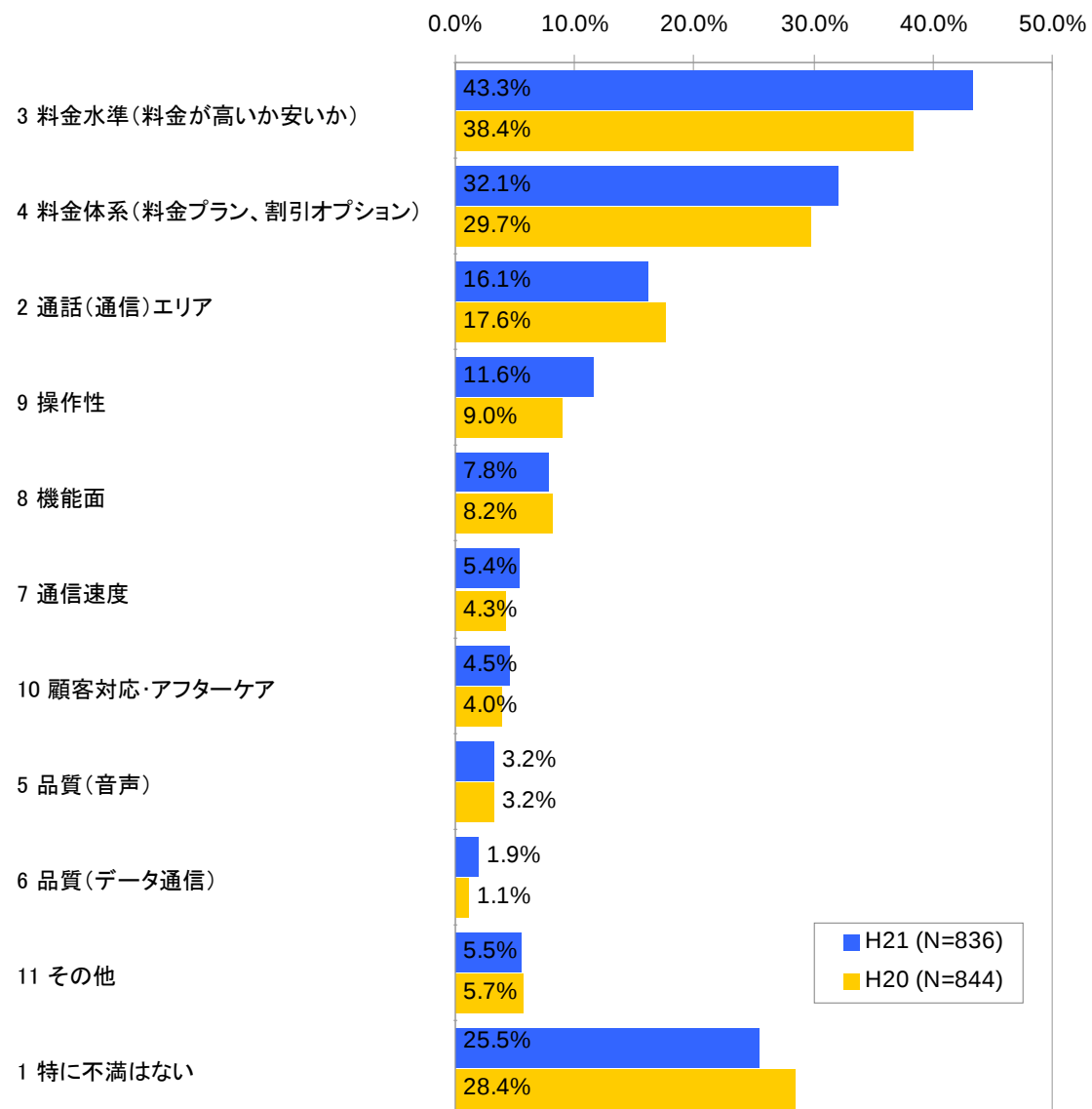
- ◆利用している移動体通信端末に対する不満点について、もっとも多いのは「3 料金水準（料金が高いか安い）」で43.3%。次いで、「4 料金体系（料金プラン、割引オプション）」（32.1%）、「2 通話（通信）エリア」（16.1%）と続いており、上位には料金面の不満が挙げられている。
- また、「1 特に不満はない」は25.5%となっている。
- ◆昨年度（H20）と比べると、「3 料金水準（料金が高いか安い）」は4.9ポイント増、「4 料金体系（料金プラン、割引オプション）」は2.4ポイント増、「9 操作性」は2.6ポイント増と不満度が増加している一方で、「2 通話（通信）エリア」に関する不満度は1.5ポイント減と減少している。
- ◆その他の回答内容では、「料金体系が分かりにくい」（5件）、「携帯本体の値段が高い」（5件）、が挙げられている。

(問19で選択肢「1」～「19」を選択した方にお聞きします)

問 2 2 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、不満に感じる点を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（料金が安いかわいいか）
- 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



【その他】の主な内容

- ・ 料金体系が分かりにくい (5 件)
- ・ 携帯本体の値段が高い (5 件)
- ・ バッテリーの消耗が早い (3 件)
- ・ デザインがよくない (3 件)
- ・ 重い (3 件)
- ・ 携帯本体が壊れやすい (2 件)
- ・ 機能が多すぎて複雑 (2 件)

(6) 料金体系（料金プラン、割引オプション）についての考え

- ◆料金体系について、「1 番目」～「3 番目」の合計でみると「1 料金体系が複雑すぎて良く分からない」がもっとも多く、次いで「4 通信料の定額サービスの料金が高い」、「3 毎月、無料通話や無料通信分を使いきれない」と続いている。
- ◆料金体系についての考えとして、「1 番目」に多く挙げられているのは「1 料金体系が複雑すぎて良く分からない」。「2 番目」には「4 通信料の定額サービスの料金が高い」、「3 番目」には「7 割引率が低い」がそれぞれ多く挙げられている。

(問19で選択肢「1」～「19」を選択した方にお聞きします)

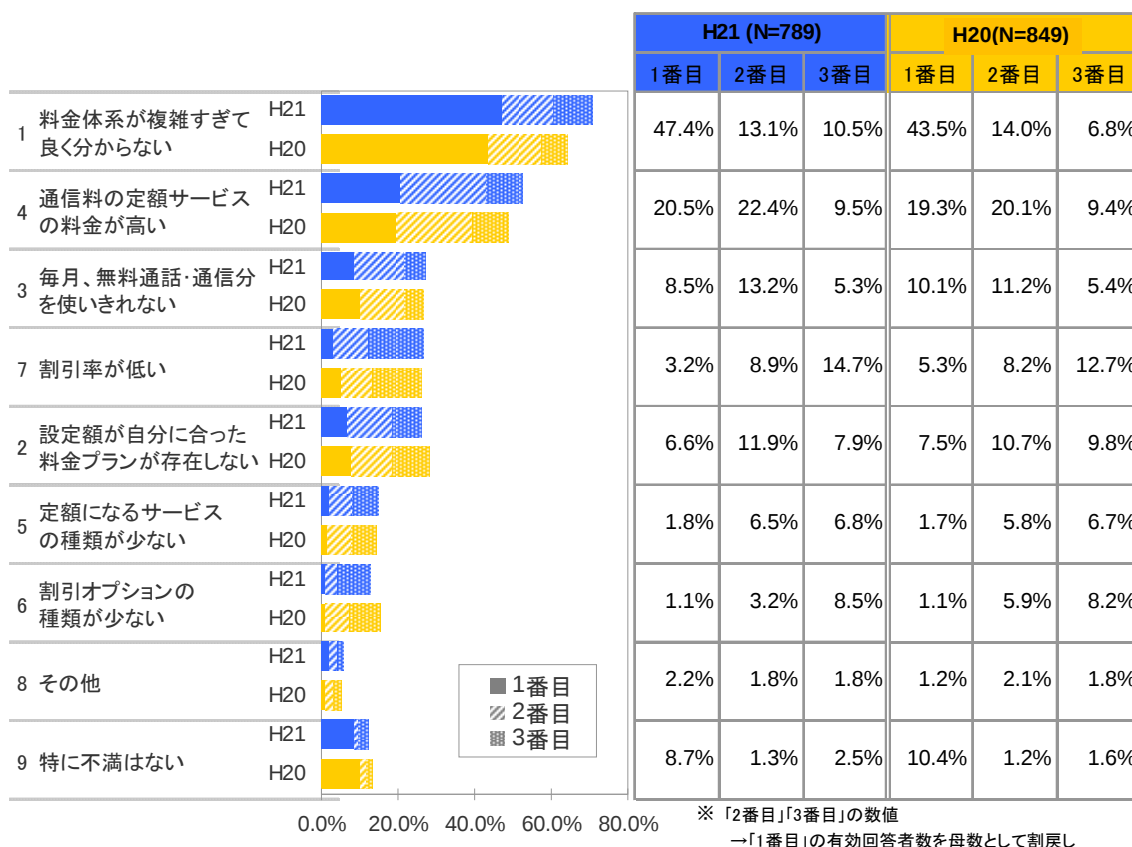
問23 料金体系（料金プラン、割引オプション）についてどう思いますか。

あてはまるものを上位3つまでその番号をお答えください。

- 1 料金体系が複雑すぎて良く分からない
- 2 設定額が自分に合った料金プランが存在しない
- 3 毎月、無料通話や無料通信分を使いきれない
- 4 通信料の定額サービスの料金が高い
- 5 定額になるサービスの種類が少ない
- 6 割引オプションの種類が少ない
- 7 割引率が低い
- 8 その他（ ）
- 9 特に不満はない

1 番目
2 番目
3 番目

問23 料金体系(料金プラン、割引オプション)についての考え



【その他】の主な内容

- ・ 利用料金類が高い (9 件)
- ・ オプションが多く分かりにくい (5 件)
- ・ 携帯本体の値段が高い (5 件)
- ・ 料金の明細が分かりにくい (4 件)
- ・ 家族割引の制約を緩めて欲しい (2 件)
- ・ 無料通信分の利用幅を広げて欲しい (2 件)

(7) 主利用移動体通信端末を使った1週間あたりのメール利用回数

- ◆主に利用する移動体通信端末を使った1週間あたりのメール利用回数について、もっとも多いのは「4 10通以上20通未満」で19.5%。次いで、「3 5通以上10通未満」(18.1%)、「6 30通以上50通未満」(16.7%)の順で続く。
- ◆今年度(H21)の平均は1週間あたり27.4通である。
- ◆昨年度(H20)と比較すると、「6 30通以上50通未満」が2.7ポイント増とやや増加し、「4 10通以上20通未満」が2.1ポイント減とやや減少している。

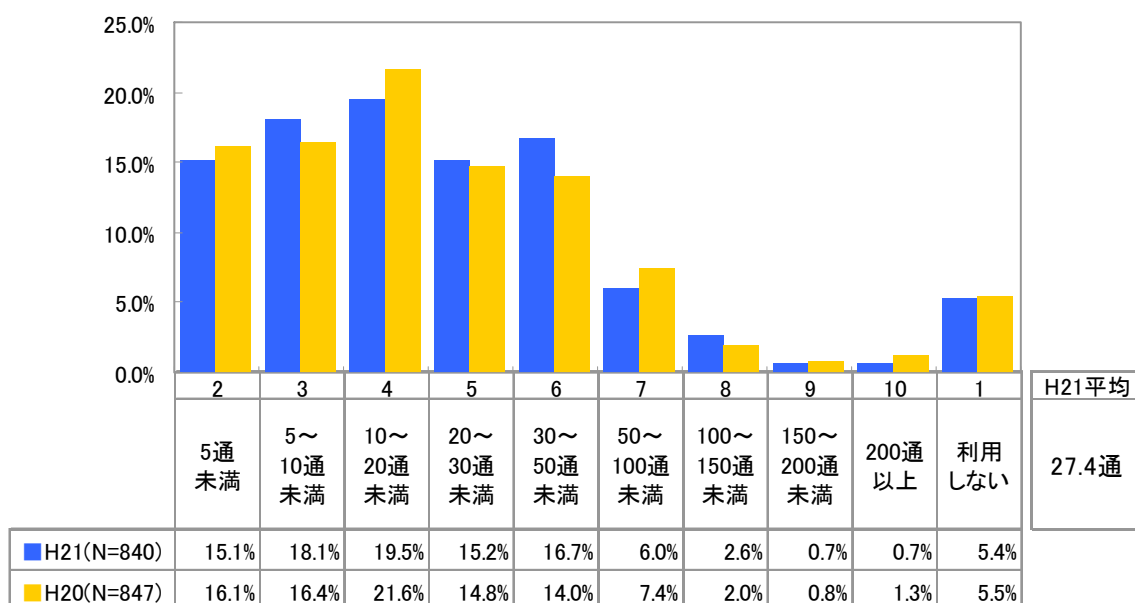
(問19で選択肢「1」～「19」を選択した方にお聞きます)

問24 主に利用する携帯電話・PHS又はデータカードを使ったメールについて、1週間あたりの利用回数(※)はどの程度ですか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 利用しない
- 2 5通未満
- 3 5通以上10通未満
- 4 10通以上20通未満
- 5 20通以上30通未満
- 6 30通以上50通未満
- 7 50通以上100通未満
- 8 100通以上150通未満
- 9 150通以上200通未満
- 10 200通以上

※ 送受信数(1回の送信又は受信をそれぞれ1通とカウントしてください)のこと。また、迷惑メールやメールマガジンなどは含みません。

問24 主利用移動体通信端末を使った1週間あたりのメール利用回数



(8) 主利用移動体通信端末を使った1週間あたりのウェブ閲覧利用時間

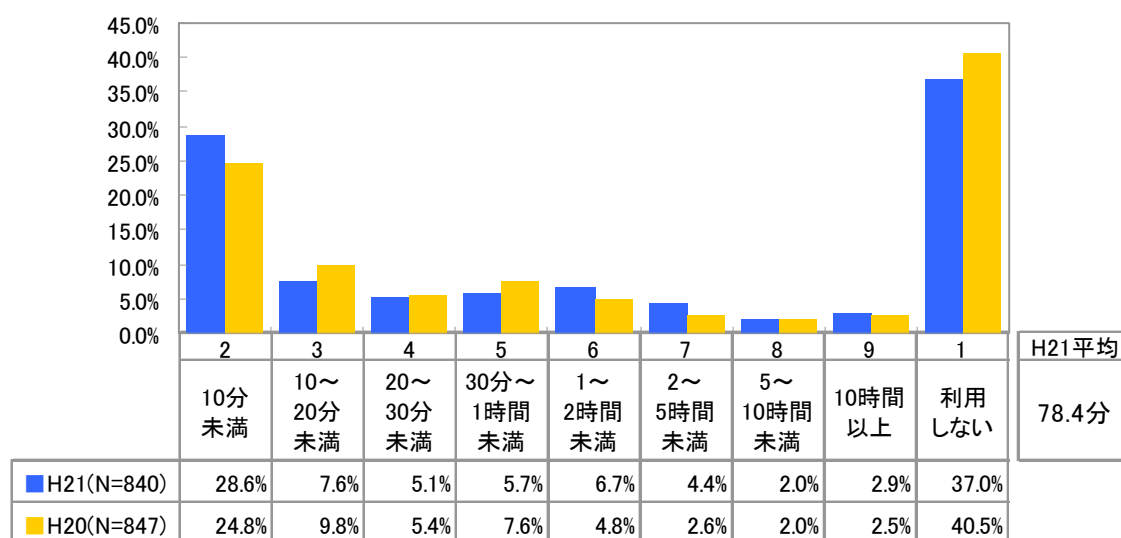
- ◆主に利用する移動体通信端末を使った1週間あたりのウェブ閲覧利用時間について、もっとも多いのは「1 利用しない」が37.0%と全体の約4割を占める。ウェブ閲覧利用者では、「2 10分未満」が28.6%、次いで「3 10分以上20分未満」が7.6%、「6 1時間以上2時間未満」が6.7%と続く。
 - ◆今年度（H21）の平均は、1週間あたり78.4分である。
 - ◆昨年度（H20）と比較すると、「1 利用しない」の割合が3.5ポイント減と減少傾向がみられる。
- また、1時間以上の利用者は「6 1時間以上2時間未満」が1.9ポイント増、「7 2時間以上5時間未満」が1.8ポイント増で増加している。

（問19で選択肢「1」～「19」を選択した方にお聞きします）

問25 主に利用する携帯電話・PHS又はデータカードを使ったウェブ閲覧（iモード等を利用してホームページを閲覧すること）について、1週間あたりの利用時間はどの程度ですか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 利用しない
- 2 10分未満
- 3 10分以上20分未満
- 4 20分以上30分未満
- 5 30分以上1時間未満
- 6 1時間以上2時間未満
- 7 2時間以上5時間未満
- 8 5時間以上10時間未満
- 9 10時間以上

問25 主利用移動体通信端末を使った1週間あたりのウェブ閲覧利用時間



(9) 移動体通信事業者の変更有無

◆移動体通信事業者の変更有無については「4 変更したことがない」が69.8%と約7割を占める。

変更したことがある利用者について、もっとも多いのは「1 番号ポータビリティの導入前に変更したことがある」で16.3%。次いで「2 番号ポータビリティの導入後に変更したことがある（番号ポータビリティを利用）」は8.6%、もっとも少ないのは「3 番号ポータビリティの導入後に変更したことがある（番号ポータビリティは利用せず）」で5.2%であった。

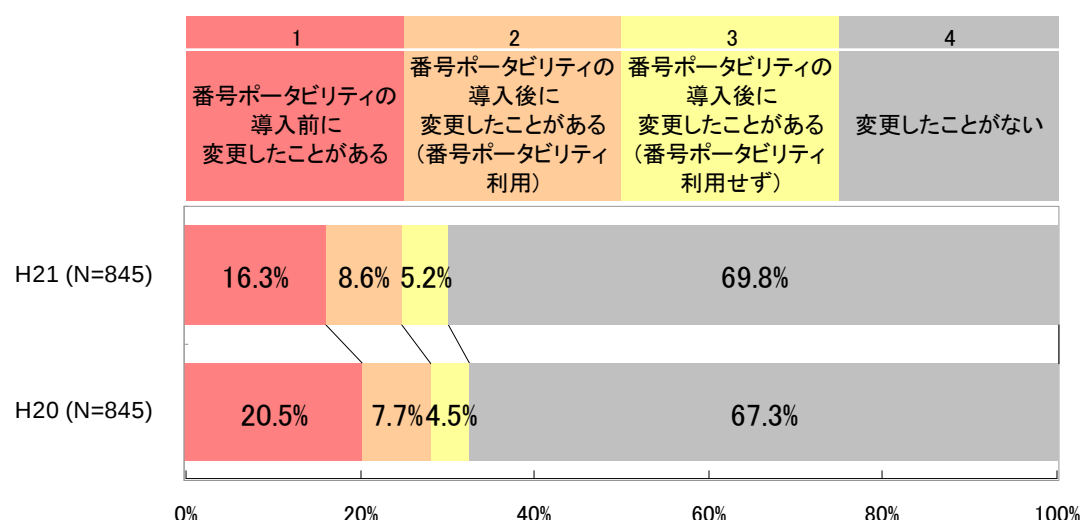
◆昨年度（H20）と比較すると、「1 番号ポータビリティの導入前に変更したことがある」の割合は4.2ポイント減と減少し、番号ポータビリティ導入後の変更については「2 番号ポータビリティの導入後に変更したことがある（番号ポータビリティを利用）」（0.9ポイント増）、「3 番号ポータビリティの導入後に変更したことがある（番号ポータビリティは利用せず）」（0.7ポイント増）ともに若干増加傾向がみられる。

（問19で選択肢「1」～「19」を選択した方にお聞きます）

問26 利用している移動体通信事業者を変更したことがありますか。あてはまるものを1つ選択してください。（複数回変更したことがある場合は、直近の変更について選択してください。）

- 1 番号ポータビリティの導入前（2006年10月24日より前）に変更したことがある
- 2 番号ポータビリティの導入後（2006年10月24日以後）に変更したことがある（番号ポータビリティを利用）
- 3 番号ポータビリティの導入後（2006年10月24日以後）に変更したことがある（番号ポータビリティは利用せず）
- 4 変更したことがない

問26 移動体通信事業者の変更有無



(10) 以前利用していた移動体通信事業者

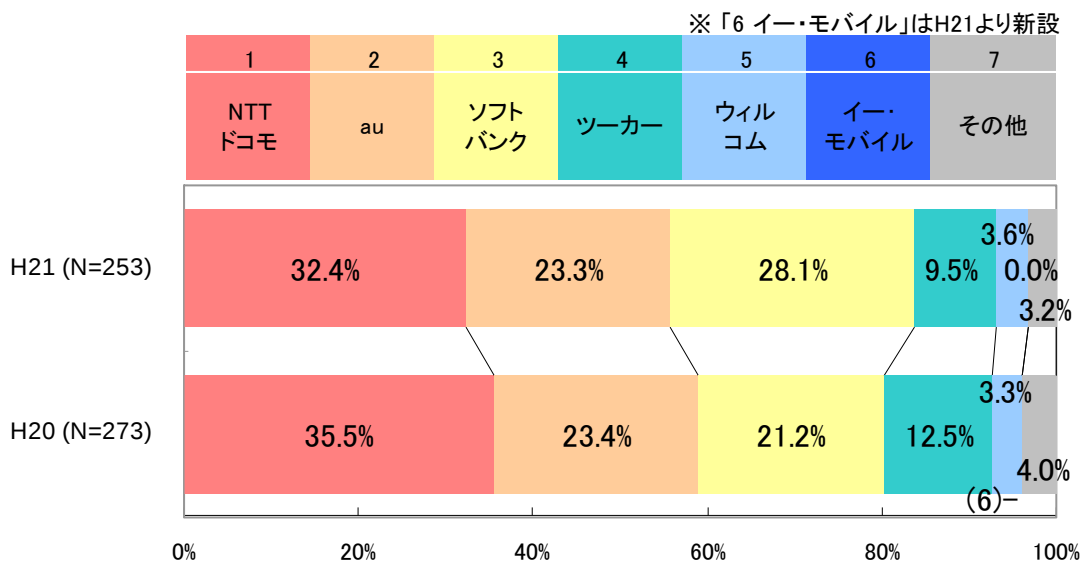
- ◆以前利用していた移動体通信事業者は、「1 NTTドコモ」が32.4%と最も多く、次いで「3 ソフトバンク（旧ボーダフォン・旧Ｊ－フォン）」が28.1%、「2 au」が23.3%と続く。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「3 ソフトバンク（旧ボーダフォン・旧Ｊ－フォン）」は6.9ポイント増と増加し、「4 ツーカー」は3.0ポイント減、「1 NTTドコモ」は3.1ポイント減とともに若干減少している。「5 ウィルコム」「2 au」は横這いとなっている。

（問26で選択肢「1」～「3」を選択した方にお聞きします）

問27 現在利用している移動体通信事業者の前に、利用していた事業者はどの事業者ですか。
あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 NTTドコモ
- 2 au
- 3 ソフトバンク（旧ボーダフォン、旧Ｊ－フォン）
- 4 ツーカー
- 5 ウィルコム
- 6 イー・モバイル
- 7 その他（ ）

問27 以前利用していた移動体通信事業者



【その他】の主な内容

- ・ ASTEL（3件）
- ・ DDIポケット（2件）

(11) 移動体通信事業者を変更した際の重視点

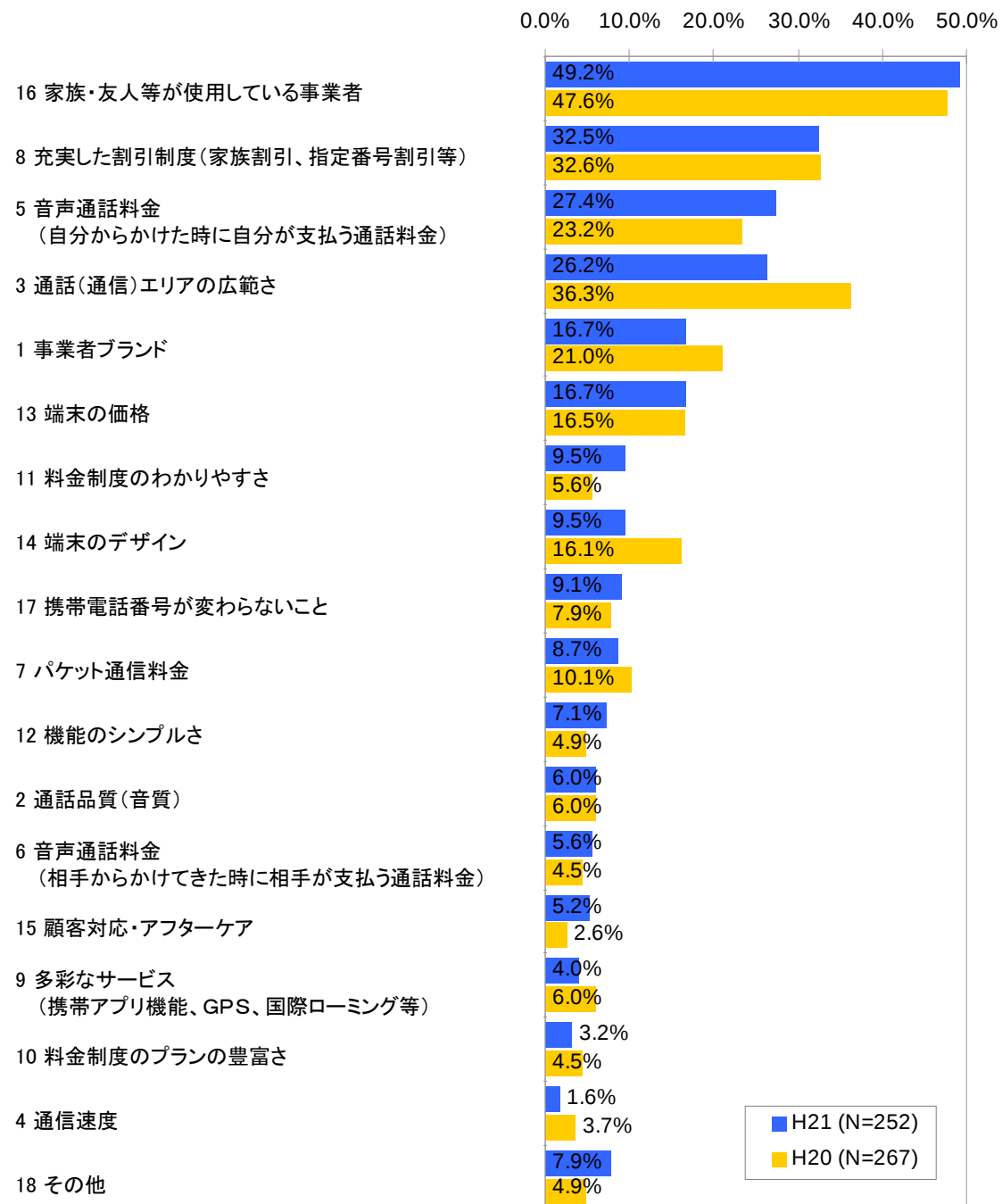
- ◆移動体通信事業者を変更した際の重視点は、「16 家族・友人等が使用している事業者」が49.2%でもっとも多く、以下「8 充実した割引制度（家族割引、指定番号割引等）」（32.5%）、「5 音声通話料金（自分からかけた時に自分が支払う通話料金）」（27.4%）、「3 通話（通信）エリアの広範さ」（26.2%）と続いている。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「5 音声通話料金（自分からかけた時に自分が支払う通話料金）」は4.2ポイント増、「11 料金制度のわかりやすさ」は3.9ポイント増、「15 顧客対応・アフターケア」は2.6ポイント増とそれぞれ増加傾向がみられる。
- 逆に、「3 通話（通信）エリアの広範さ」は10.1ポイント減、「14 端末のデザイン」は6.6ポイント減と、それぞれ減少している。

(問26で選択肢「1」～「3」を選択した方にお聞きします)

問 28 これまでに移動体通信事業者を変更した際に、どのような点を重視して次の移動体通信事業者を選びましたか。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 携帯電話番号が変わらないこと
- 18 その他（ ）

問28 移動体通信事業者を変更した際の重視点



【その他】の主な内容

- ・ 端末の機能(カメラ機能・海外利用等) (6 件)
- ・ 基本料や割引制度を比較した (5 件)
- ・ 使用したい機種があるか (2 件)

(12) 番号ポータビリティ制度を利用しなかった理由

- ◆回答件数が39件と少ないが、番号ポータビリティ制度を利用しなかった理由については、「3 電話番号を変更しなかったから」がもっとも多く30.8%、次いで「2 番号ポータビリティ利用時の転出手数料等が高いから」が23.1%、「4 PHSから又はPHSへの変更だったから」が15.4%と続いている。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「3 電話番号を変更しなかったから」が増加（14.1ポイント増）し、「2 番号ポータビリティ利用時の転出手数料等が高いから」は減少（10.2ポイント減）している。

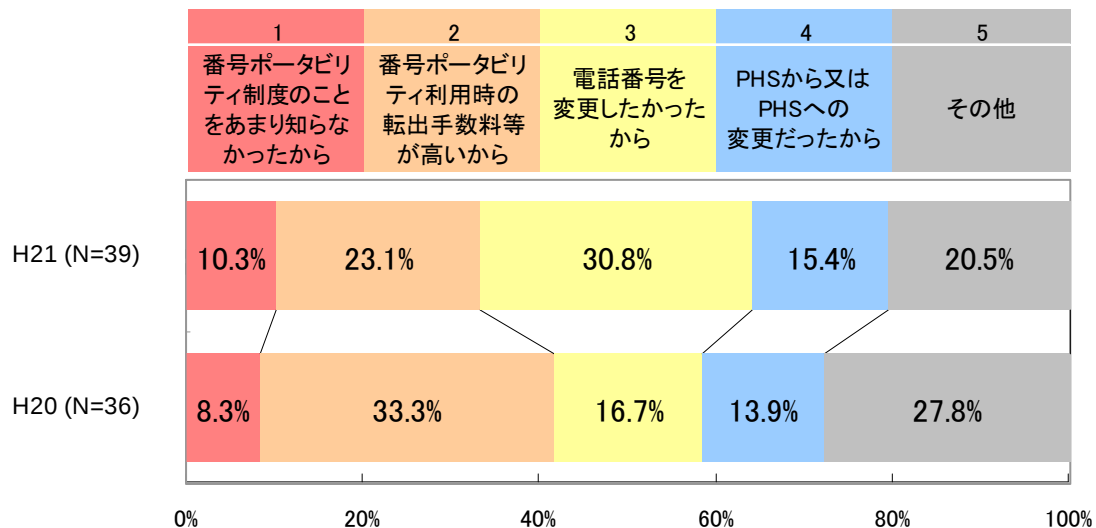
（問26で選択肢「3」を選択した方にお聞きします）

問29 番号ポータビリティ制度を利用しなかった理由を1つ選択してください。

- 1 番号ポータビリティ制度のことをあまり知らなかったから
- 2 番号ポータビリティ利用時の転出手数料等が高いから
- 3 電話番号を変更しなかったから
- 4 PHSから又はPHSへの変更だったから
- 5 その他（ ）

※ 番号ポータビリティとは、携帯電話の利用者が携帯電話会社を変更した場合に、電話番号はそのまま変更後の携帯電話会社のサービスを利用できる仕組みのことです。

問29 番号ポータビリティ制度を利用しなかった理由



【その他】の主な内容

- ・ 電話番号を変更しても構わなかったから（2件）
- ・ 名義変更の必要があり、手続きが面倒だったため（2件）

(13) 移動体通信事業者を変更したことがない理由

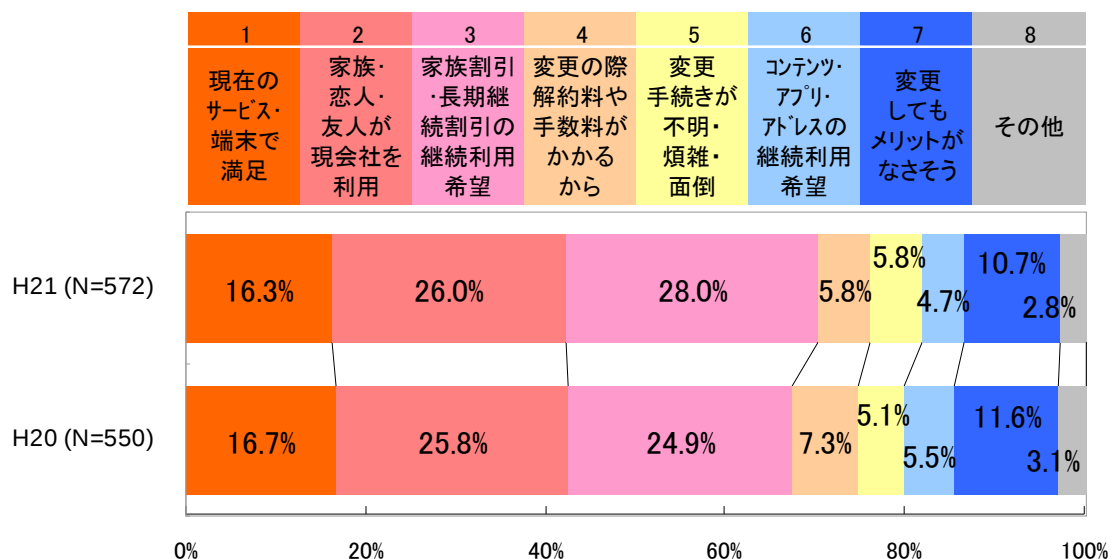
- ◆移動体通信事業者を変更したことがない理由については、「3 家族割引や長期継続割引の適用を引き続き利用したいから」(28.0%)と「2 家族・恋人・友人が現在の会社を利用しているから」(26.0%)がほぼ同程度で、次いで「1 現在のサービスや端末で満足だから」(16.3%)が上位3項目となっている。
- ◆昨年度(H20)と比較すると、「3 家族割引や長期継続割引の適用を引き続き利用したいから」が3.1ポイント増と増加している。

(問26で選択肢「4」を選択した方にお聞きします)

問30 「変更したことがない」理由について、あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 現在のサービスや端末で満足だから
- 2 家族・恋人・友人が現在の会社を利用しているから
- 3 家族割引や長期継続割引の適用を引き続き利用したいから
- 4 変更の際、解約料や手数料がかかるから
- 5 変更手続きが分からない、または煩雑、面倒だから
- 6 現在利用しているコンテンツ、アプリ、メールアドレスを引き続き利用したいから
- 7 変更してもメリットがなさそうだから
- 8 その他()

問30 移動体通信事業者を変更したことがない理由



【その他】の主な内容

- ・住居、職場の近くでは他社のサービスエリアが充分でない(3件)
- ・使いはじめてまだ間もないから(2件)

3. 固定電話と移動体通信等について

(1) 現在家庭で利用している電話番号の数

- ◆現在家庭で利用している電話番号の数について、「3つ」が35.9%でもっとも多く、次いで「1つ」(17.6%)と「2つ」(17.5%)がほぼ同程度で続く。
- ◆今年度(H21)の各家庭で利用している電話番号数の平均は2.9個となっている。
- ◆昨年度(H20)と比較すると、特に「3つ」が4.0ポイント増と増加し、「4つ」が2.5ポイント減と減少している。

(ここからは全員の方がご回答ください)

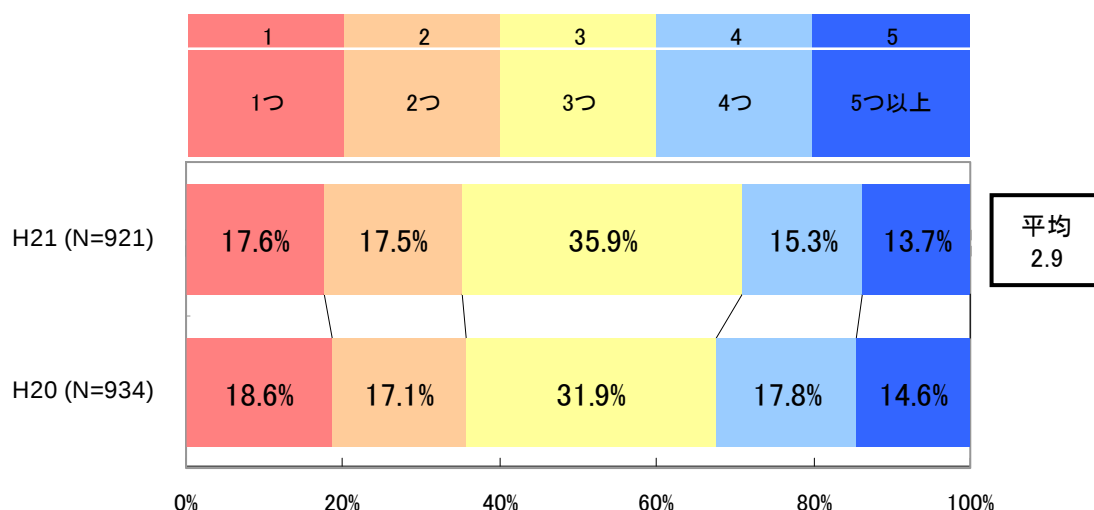
問31 現在ご家庭内で使われている電話番号(※)は全部でいくつありますか。

あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 1つ
- 2 2つ
- 3 3つ
- 4 4つ
- 5 5つ以上

※固定電話(使用休止している場合を除く)、携帯電話、IP電話を含みます。

問31 現在家庭で利用している電話番号の数



(2) 在宅時の固定電話、携帯電話・PHSの利用状況

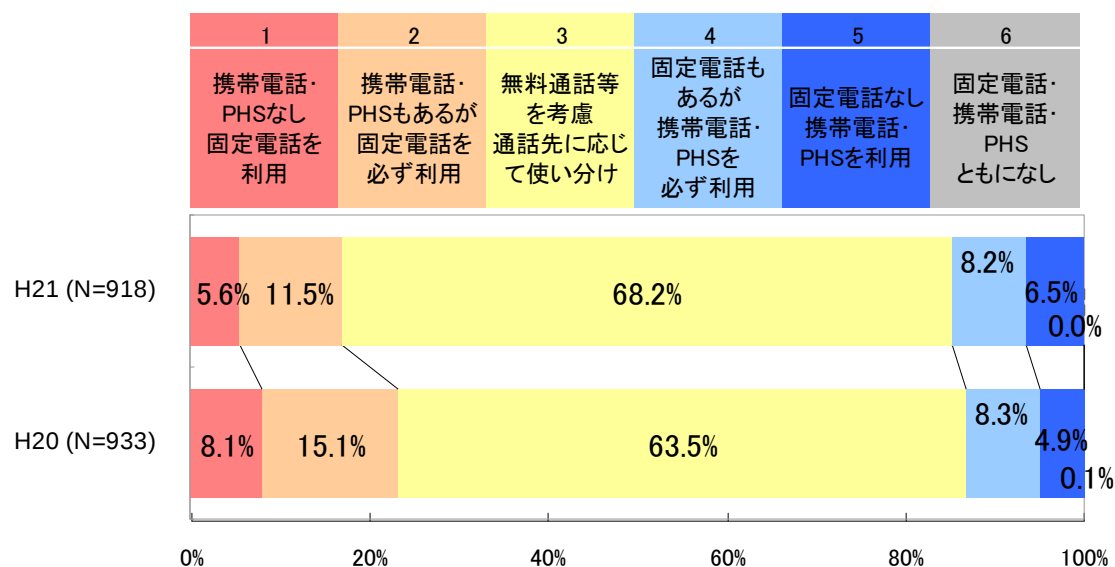
- ◆在宅時の固定電話と携帯電話・PHSの使い分けについて、もっとも多いのは「3 通話料が無料や安くなるかなどを考え、通話先に応じて使い分けている」で68.2%と過半数を占めている。次いで、「2 携帯電話・PHSを持っているが、固定電話を必ず利用する」(11.5%)、「4 固定電話を持っているが、携帯電話・PHSを必ず利用する」(8.2%)の順で続いている。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「3 通話料が無料や安くなるかなどを考え、通話先に応じて使い分けている」が4.7ポイント増加している。また「携帯電話・PHS利用（4及び5）」が増加している（1.5ポイント増）一方で、「固定電話利用（1及び2）」は減少している（6.1ポイント減）。

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利用状況



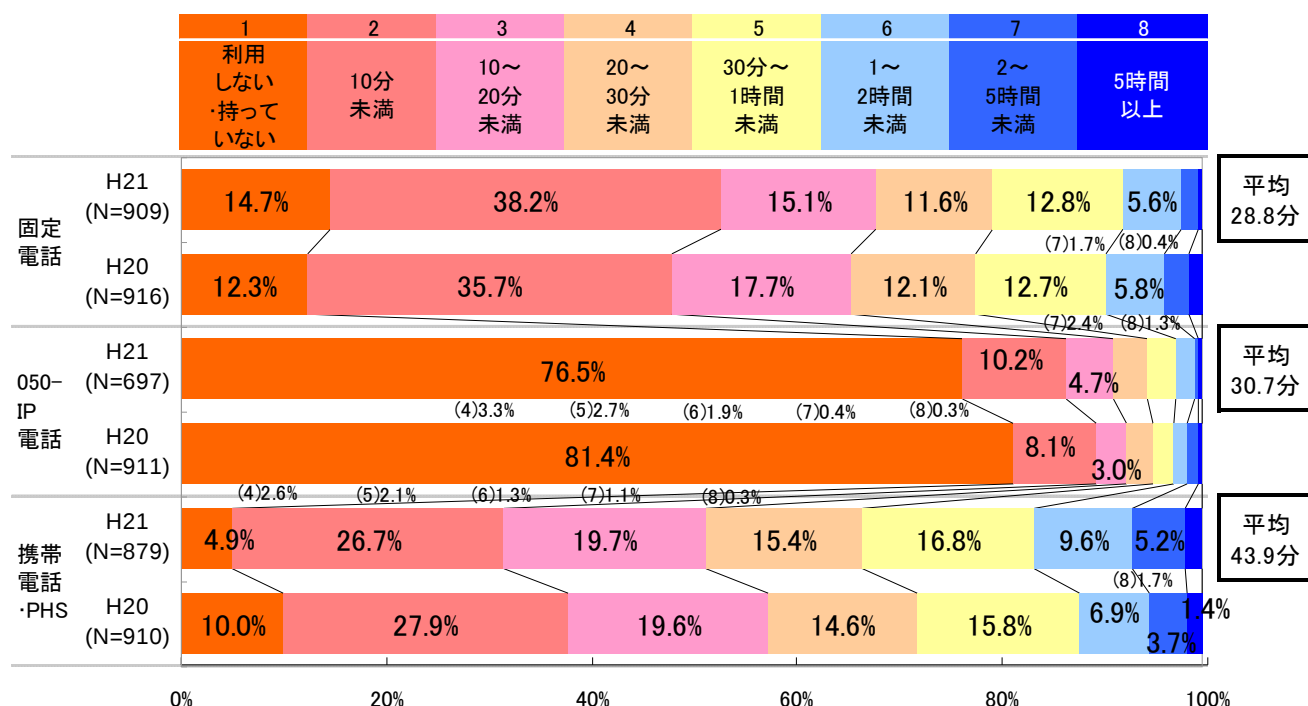
(3) 1週間あたりの通話時間

- ◆ 1週間あたりの通話時間は、「固定電話」「携帯電話・PHS」ともに、「2 10分未満」が3割前後で最多となっている。「050ーIP電話」でもっとも多いのは「1 利用しない・持っていない」で76.5%。
- ◆ 今年度（H21）の1週間あたりの平均通話時間をみると、「携帯電話・PHS」がもっとも長く43.9分、「050ーIP電話」が30.7分、「固定電話」が28.8分となっている。
- ◆ 昨年度（H20）と比較すると、「携帯電話・PHS」は「1時間以上（6～8）」の割合が4.5ポイント増と増加しているのに対し、「固定電話」は「1時間以上（6～8）」の割合が減少している（1.8ポイント減）。また、「050ーIP電話」は「1 利用しない・持っていない」が減少し（4.9ポイント減）、「2時間未満（2～6）」の各項目がすべて増加している。

問33 主に利用する固定電話（050ーIP電話を含まない）、050ーIP電話及び携帯電話・PHSを使った通話（発信のみ）について、1週間あたりの通話時間はどの程度ですか。
あてはまるものをそれぞれ1つずつ選択してください。

	利用しない (持っていない 場合含む)	10分未満	10分以上 20分未満	20分以上 30分未満	30分以上 1時間未満	1時間以上 2時間未満	2時間以上 5時間未満	5時間以上
固定電話	1	2	3	4	5	6	7	8
050ーIP電話	1	2	3	4	5	6	7	8
携帯電話・PHS	1	2	3	4	5	6	7	8

問33 1週間あたりの通話時間



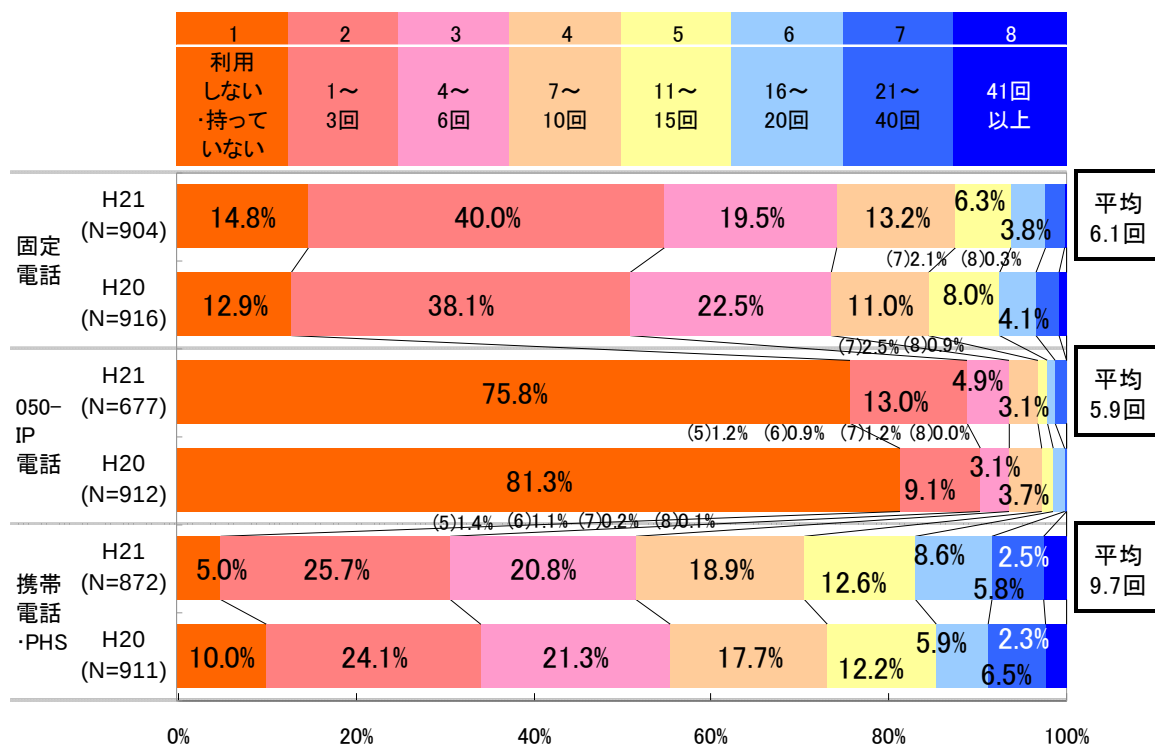
(4) 1週間あたりの通話回数

- ◆ 1週間あたりの通話回数は、「固定電話」「携帯電話・PHS」ともに、「2 1～3回」がもっとも多くなっている。「050－IP電話」でもっとも多いのは「1 利用しない・持っていない」で75.8%。
- ◆ 今年度の（H21）の1週間あたりの平均通話回数をみると、「携帯電話・PHS」がもっとも多く9.7回、「固定電話」が6.1回、「050－IP電話」が5.9回となっている。
- ◆ 昨年度（H20）と比較すると、「携帯電話・PHS」は「11回以上（5～8）」の割合が2.6ポイント増と増加しているのに対し、「固定電話」は「11回以上（5～8）」の割合が減少している（3.0ポイント減）。また、「050－IP電話」の「1 利用しない・持っていない」は減少し（5.5ポイント減）、「6回以下（2～3）」の各項目がそれぞれ増加している。

問34 主に利用する固定電話（050－IP電話を含まない）、050－IP電話及び携帯電話・PHSを使った通話（発信のみ）について、1週間あたりの通話回数はどの程度ですか。
あてはまるものをそれぞれ1つずつ選択してください。

	利用しない (持っていない 場合含む)	1～3回	4～6回	7～10回	11～15回	16～20回	21～40回	41回以上
固定電話	1	2	3	4	5	6	7	8
050－IP電話	1	2	3	4	5	6	7	8
携帯電話・PHS	1	2	3	4	5	6	7	8

問34 1週間あたりの通話回数



(5) 1ヶ月あたりの利用料

- ◆ 1ヶ月あたりの利用料について、「固定電話」でもっとも多いのは「3 2,000 円以上 4,000 円未満」で 34.1%。一方、「6,000 円以上（5～8）」の割合は 10.1%と 1 割に留まっている。
- 「携帯電話・PHS」でもっとも多いのも「3 2,000 円以上 4,000 円未満」で 32.4% だが、「6,000 円以上（5～8）」の割合は 30.8%と全体の 3 割を占める。
- ◆ 今年度（H21）の 1ヶ月あたりの平均利用料をみると、「固定電話」は 3597.3 円、「携帯電話・PHS」は 5586.0 円と、約 2000 円の差がみられる。
- ◆ 昨年度（H20）と比較すると、「固定電話」では「3 2,000 円以上 4,000 円未満」が 2.6 ポイント減少している。「携帯電話・PHS」では「3 2,000 円以上 4,000 円未満」は増加し（4.1 ポイント増）、「1 利用しない・持っていない」は減少している（4.8 ポイント減）。

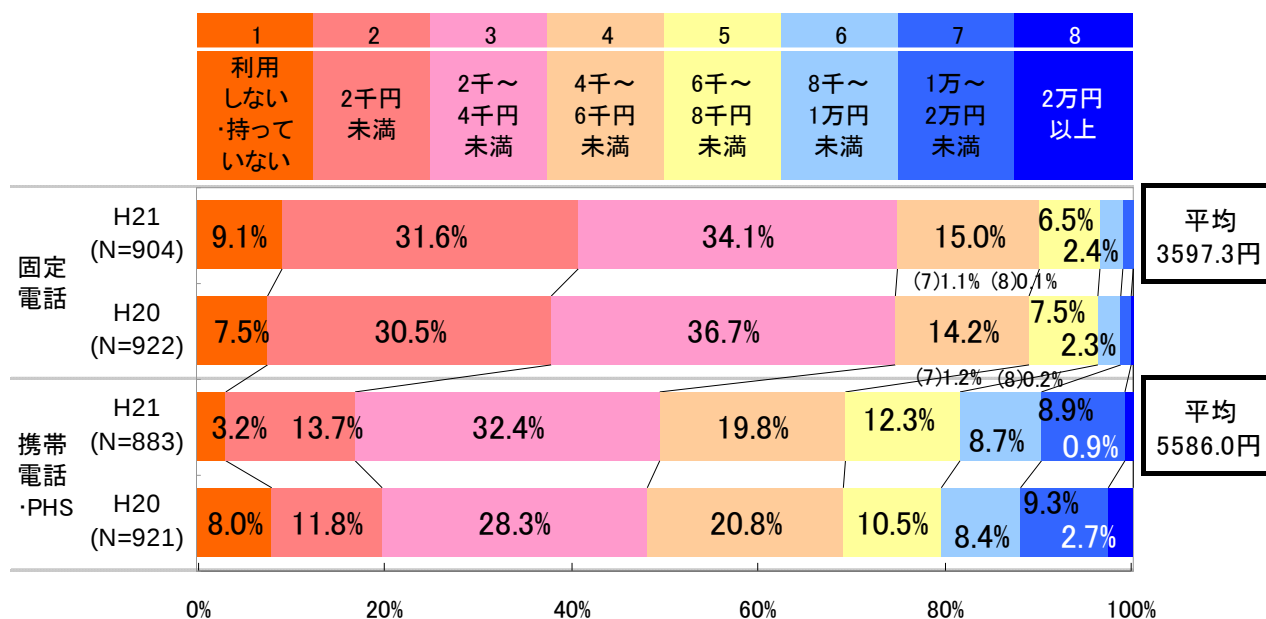
問 3 5 主に利用する固定電話及び携帯電話・PHSを使った通話について、1ヶ月あたりの利用料

（基本料金を含む総払額）はどの程度ですか。

あてはまるものをそれぞれ 1 つずつ選択してください。

	利用しない (持っていない 場合含む)	2,000 円 未満	2,000 円 以上 4,000 円 未満	4,000 円 以上 6,000 円 未満	6,000 円 以上 8,000 円 未満	8,000 円 以上 10,000 円 未満	10,000 円 以上 20,000 円 未満	20,000 円 以上
固定電話	1	2	3	4	5	6	7	8
携帯電話・PHS	1	2	3	4	5	6	7	8

問35 1ヶ月あたりの利用料



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

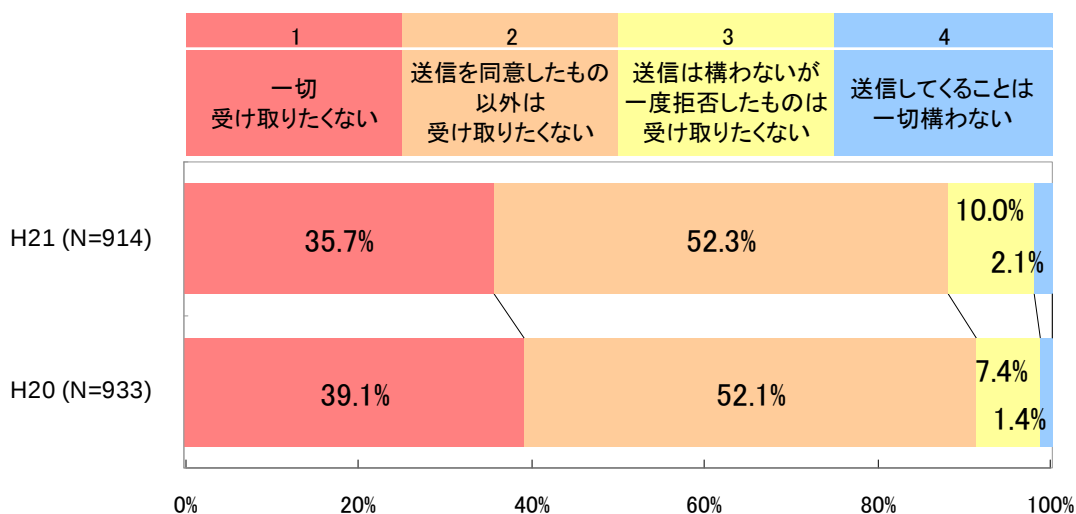
- ◆ 広告や宣伝、契約や取引の勧誘をしてくる電子メールに対する受信意向は、「2 送信してくることを同意したもの以外は受け取りたくない」が52.3%と過半数を占める。次いで、「1 一切、受け取りたくない」(35.7%)、「3 送信してくることは構わないが、一度拒否したものについては受け取りたくない」(10.0%)と続く。
- ◆ 昨年度(H20)と比較すると、「1 一切、受け取りたくない」が3.4ポイント減とやや減少している。

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、もっとも多いのは「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」で74.9%。次いで、「1 法律の規制強化」（61.5%）、「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」（57.1%）となっている。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、上位3項目はいずれも6～7ポイント程度の増加傾向がみられる。

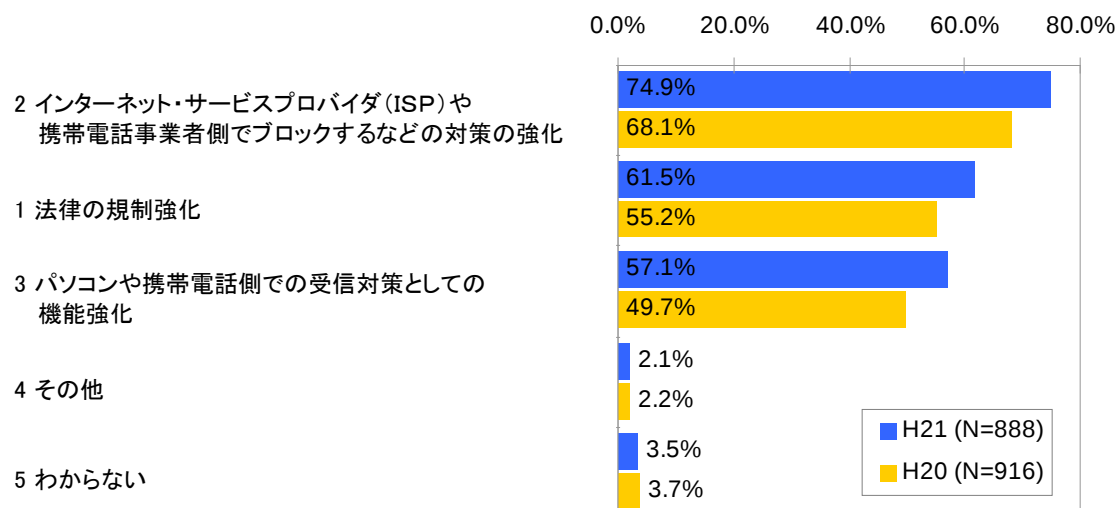
（問36で選択肢「1」～「3」を選択した方にお聞きます）

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



【その他】の主な内容

- ・ 自己防衛（メールアドレスを公の場に載せない、ブラックリスト登録をする等）（6件）
- ・ 悪質な業者の取締を厳しくする（罰金、摘発強化等）（5件）

(3) パソコンの電子メールや携帯電話の電子メールの利用状況

◆パソコンの電子メールや携帯電話の電子メールの利用状況は、「1 パソコンと携帯電話の電子メールを両方とも利用している」が73.8%と7割以上を占める。次いで、「3 携帯電話の電子メールのみ利用している」が10.1%、「2 パソコンの電子メールのみ利用している」が9.7%と続いている。

「4 電子メールを使用していない」は6.4%となっている。

◆昨年度（H20）と比較すると、「1 パソコンと携帯電話の電子メールを両方とも利用している」は5.8ポイント増となり、「メール利用者（1～3）」全体の割合は2.5ポイント増と増加傾向がみられる。

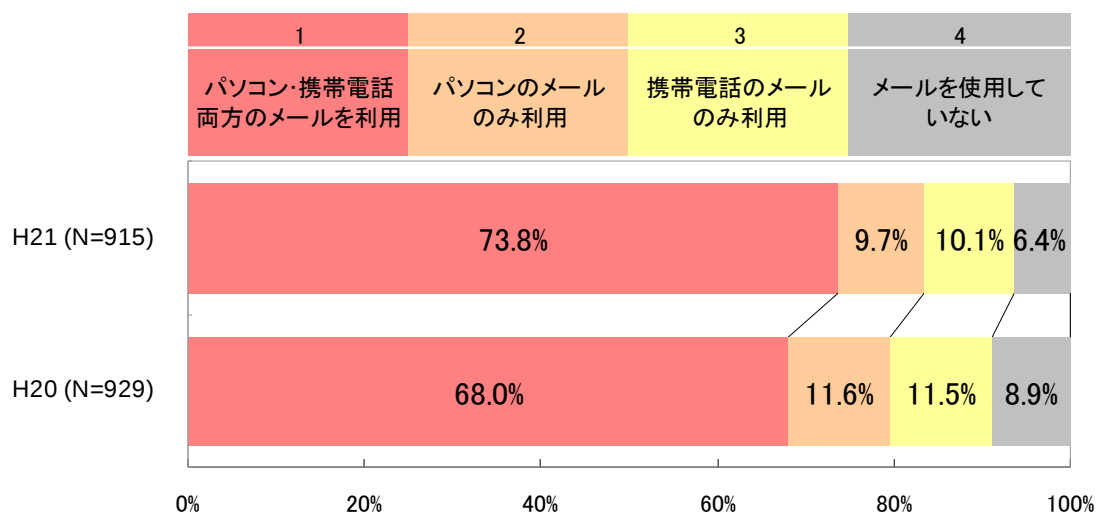
（全員の方にお聞きします）

問38 あなたは、パソコンの電子メールや携帯電話の電子メールを利用していますか。

あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 パソコンと携帯電話の電子メールを両方とも利用している
- 2 パソコンの電子メールのみ利用している
- 3 携帯電話の電子メールのみ利用している
- 4 電子メールを使用していない

問38 パソコンの電子メールや携帯電話の電子メールの利用状況



(4) 不快に感じるメールの種類

- ◆不快に感じるメールについて、もっとも多いのは「1 自分の同意なく送信される広告・宣伝メール」で79.1%。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」(62.0%)、「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」(36.7%)、「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」(35.6%)と続いている。
- ◆昨年度(H20)と比較すると、上位3項目は4~5ポイントの増加傾向にある。一方で、「6 IDやパスワード、クレジット番号などの情報の入力进行を要求してくるメール」への不快感は6.8ポイント減少している。

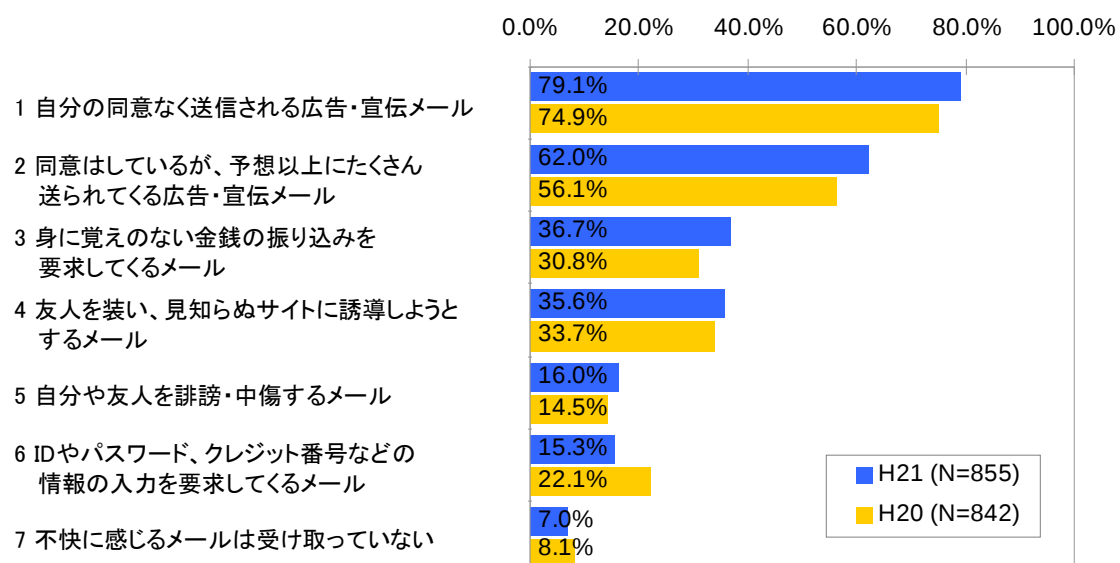
(問38で選択肢「1」~「3」を選択した方にお聞きます)

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进行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



(5) 個人情報の入力を要求してくるメールを受け取った後、実際にそれらの情報を入力した経験の有無

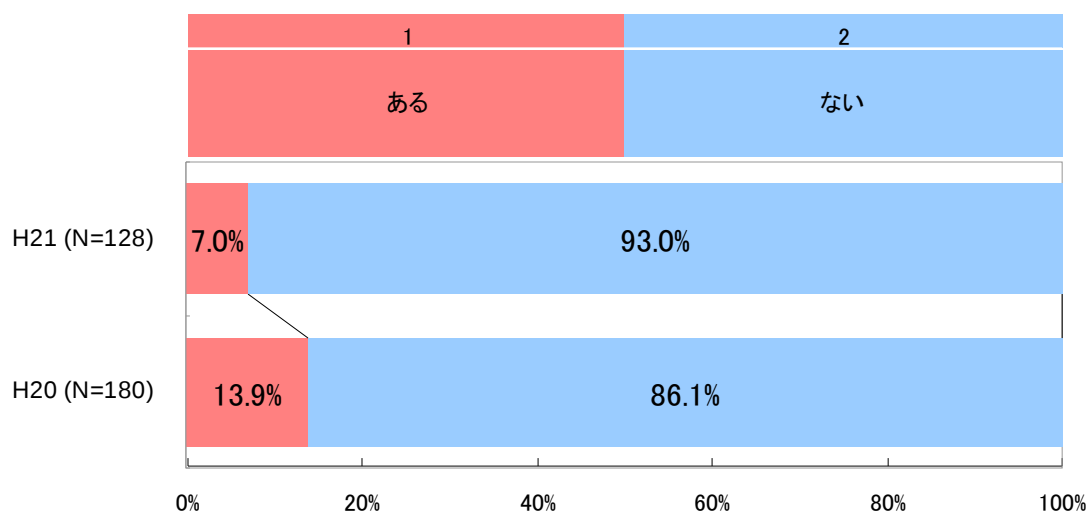
- ◆個人情報の入力を要求してくるメールを受け取った後、実際にそれらの情報を入力した経験があるとの回答は 7.0%と、全体の 1 割未満となった。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、実際に個人情報の入力経験について「1 ある」と回答した割合は減少傾向がみられる（6.9 ポイント減）。

（問 39 で選択肢「6」を選択した方にお聞きします）

問 40 ID やパスワード、クレジットカード番号などの個人情報の入力を要求してくるメールを受け取った後、実際にそれらの情報を入力したことがありますか。
あてはまるものを 1 選択してください。

- 1 ある
- 2 ない

問 40 個人情報の入力を要求してくるメールを受け取った後、実際にそれらの情報を入力した経験の有無



(6) 実行している迷惑メール対策

- ◆迷惑メールの対策について、もっとも多いのは「4 インターネット・サービスプロバイダ（ISP）や携帯電話事業者が提供する迷惑メール対策機能を利用している」で47.2%。次いで、「2 メールソフトの迷惑メール対策機能を利用している」（46.2%）、「1 複雑なメールアドレスを設定している」（27.1%）と続いている。
- ◆その他の回答では、「メールアドレスを変更している」（6件）、「複数のメールアドレスを使い分けている」（6件）、「フィルタリング機能を利用している」（4件）などがある。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「4 インターネット・サービスプロバイダ（ISP）や携帯電話事業者が提供する迷惑メール対策機能を利用している」は6.6ポイント増、「2 メールソフトの迷惑メール対策機能を利用している」は6.9ポイント増とそれぞれ増加している。

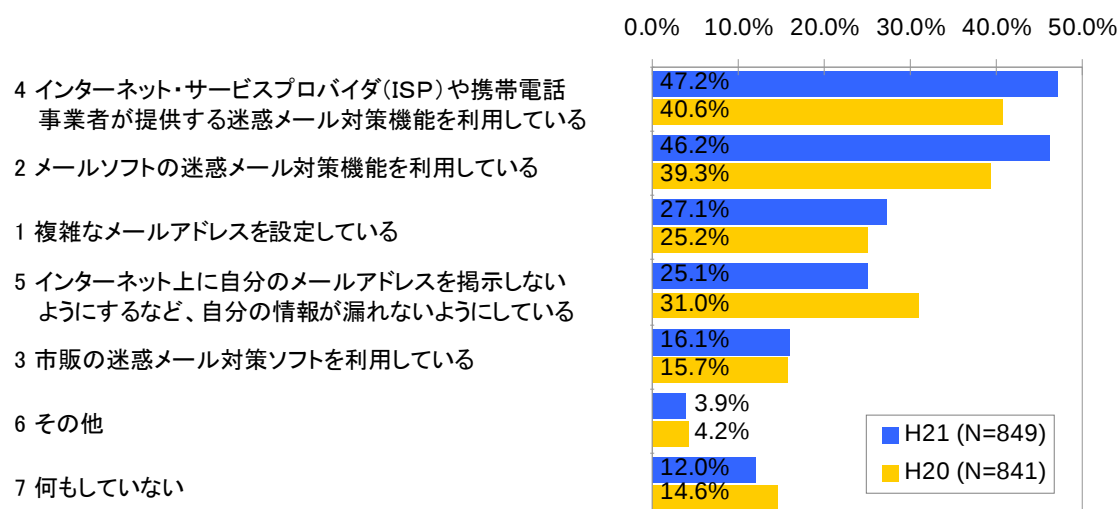
(問38で選択肢「1」～「3」を選択した方にお聞きします)

問4-1 あなたは、いわゆる迷惑メール対策として、どのような対策をとっていますか。

あてはまるものをすべて選択してください。

- 1 複雑なメールアドレスを設定している
- 2 メールソフトの迷惑メール対策機能を利用している
- 3 市販の迷惑メール対策ソフトを利用している
- 4 インターネット・サービスプロバイダ（ＩＳＰ）や携帯電話事業者が提供する迷惑メール対策機能を利用している
- 5 インターネット上に自分のメールアドレスを掲示しないようにするなど、自分の情報が漏れないようにしている
- 6 その他（ ）
- 7 何もしていない

問41 実行している迷惑メール対策



【その他】の主な内容

- ・ メールアドレスを変更している (6 件)
- ・ 複数のメールアドレスを使い分けている (6 件)
- ・ フィルタリング機能を利用している (4 件)
- ・ 受診拒否リストを作成している (2 件)

(7)「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」の一日平均受信数

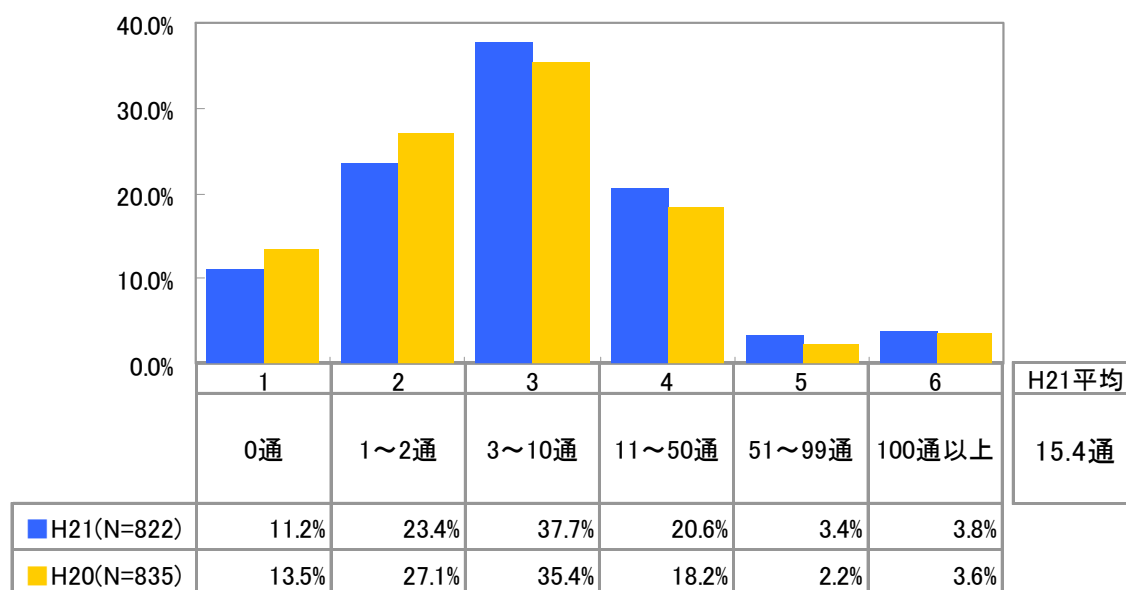
- ◆「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」の一日平均受信数は、「3 3～10通」が37.7%でもっとも多く、次いで「2 1～2通」が23.4%、「4 11～50通」が20.6%と続いている。
「1 0通」は11.2%と1割程度となっている。
- ◆今年度（H21）の平均は、一日あたり15.4通となっている。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「3通以上（3～6）」の割合はいずれも増加していることから、「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」の一日平均受信数は増加傾向にある。

（問38で選択肢「1」～「3」を選択した方にお聞きします）

問42 あなたは、「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」を一日平均何通受信しますか。
あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 0通
- 2 1～2通
- 3 3～10通
- 4 11～50通
- 5 51～99通
- 6 100通以上

問42 「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」の一日平均受信数



(8)「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」のうち、事前に同意をしていないメールの一日平均受信数

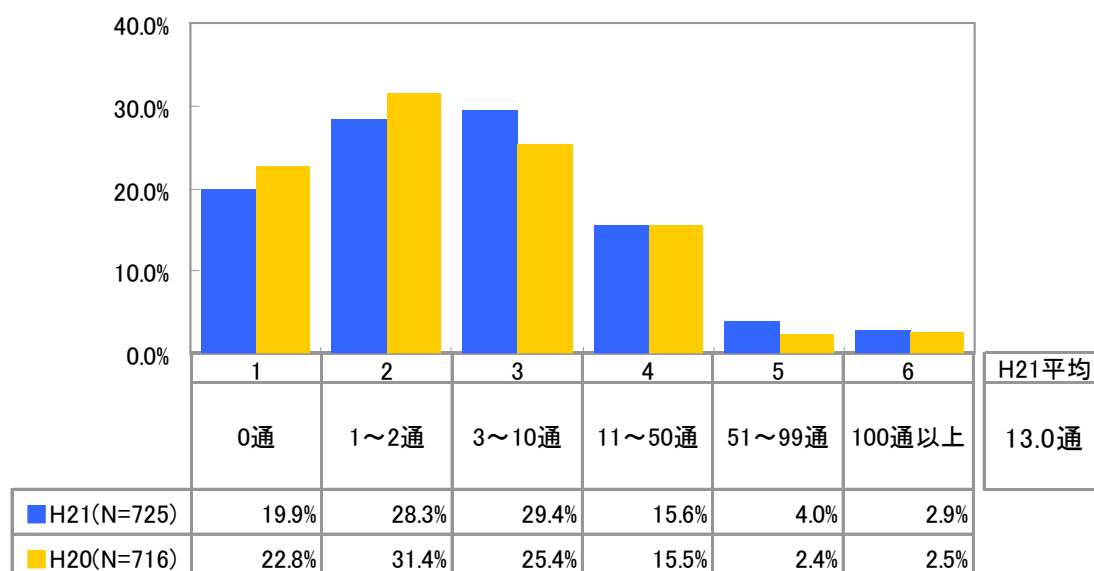
- ◆「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」のうち、事前に同意をしていないメールの一日平均受信数は、「3 3～10通」が29.4%でもっとも多く、次いで、「2 1～2通」が28.3%、「1 0通」が19.9%と続いている。
- ◆今年度（H21）の平均は、一日あたり13.0通である。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「3通以上（3～6）」の割合はいずれも増加していることから、「事前に同意をしていない広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」の一日平均受信数は増加傾向にある。

（問42で選択肢「2」～「6」を選択した方にお聞きします）

問43 「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」のうち、あなたが事前に同意をしていないメールは一日平均何通ありますか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 0通
- 2 1～2通
- 3 3～10通
- 4 11～50通
- 5 51～99通
- 6 100通以上

問43 「広告や宣伝、契約や取引の勧誘などをしてくるメール」のうち、事前に同意をしていないメールの一日平均受信数



(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」の内容について、もっとも多いのは「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に同意していないもの」で58.0%。次いで、「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」（55.5%）、「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に同意しているもの」(52.2%)で、ほぼ同水準で並んでいる。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「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に同意していないもの」が5.0ポイント増加している。

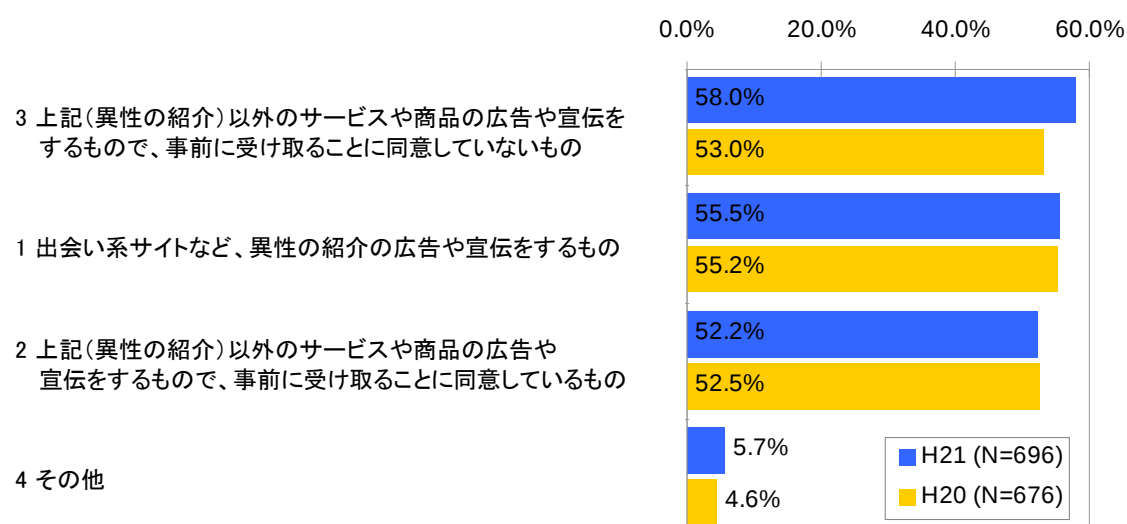
（問42で選択肢「2」～「6」を選択した方にお聞きします）

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に同意しているもの
- 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に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



【その他】の主な内容

- ・ 業者やショップからの広告や宣伝メール（11 件）
- ・ 英文のスパムメール（9 件）

(10)事前に受け取りに同意していない広告や宣伝を内容とするメールの扱い方

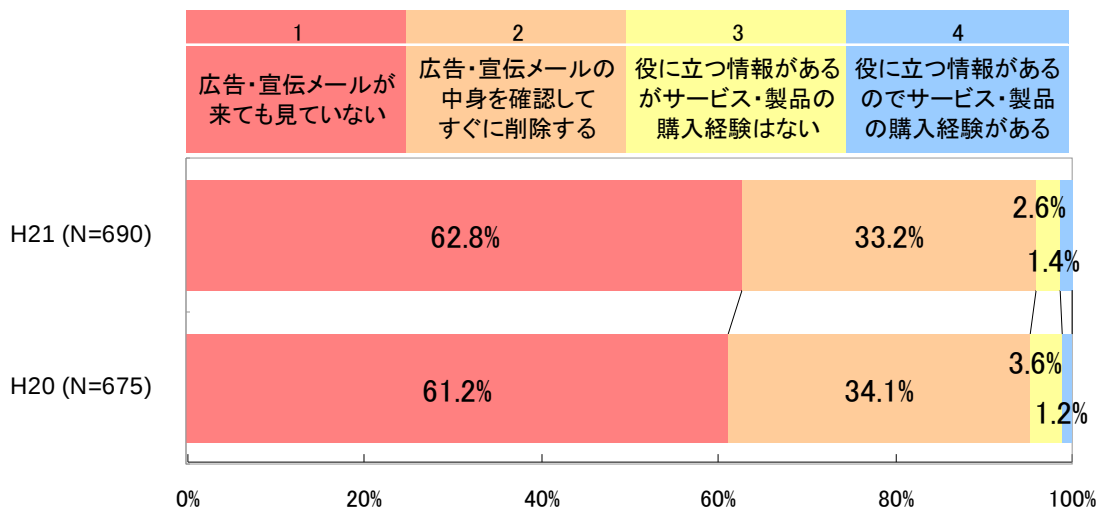
- ◆事前に受け取りに同意していない広告や宣伝を内容とするメールが届いた場合、「1 広告・宣伝メールが来ても、見ていない」が62.8%と最も多く、次いで、「2 広告・宣伝メールの中身を確認して、すぐに削除する」が33.2%で続いている。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「1 広告・宣伝メールが来ても、見ていない」が1.6ポイント増と、メールが来ても無視する人の割合が増加傾向にある。

（問42で選択肢「2」～「6」を選択した方にお聞きします）

問45 あなたは、事前に受け取りに同意していない広告や宣伝を内容とするメールが届いた場合どのように扱っていますか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 広告・宣伝メールが来ても、見ていない
- 2 広告・宣伝メールの中身を確認して、すぐに削除する
- 3 役に立つ情報があるが、その広告・宣伝メールを見ても、サービス・製品の購入はしたことがない
- 4 役に立つ情報があるので、その広告・宣伝メールを見て、サービス・製品の購入をしたことがある

問45 事前に受け取りに同意していない広告や宣伝を内容とするメールの扱い方



(11) 今後の受信を希望しない場合、その旨をメールで連絡した経験の有無

- ◆ 広告や宣伝を内容とするメールに、今後の受信を希望しない場合、その旨をメールで連絡した経験について、「1 ある」と回答した人は50.4%、「2 ない」と回答した人は49.6%と、ほぼ半数ずつという結果になった。
- ◆ 昨年度（H20）と比較すると、今後の受信を希望しない旨をメールで連絡した経験について「1 ある」と回答した人はと若干増加している（2.1ポイント増）。

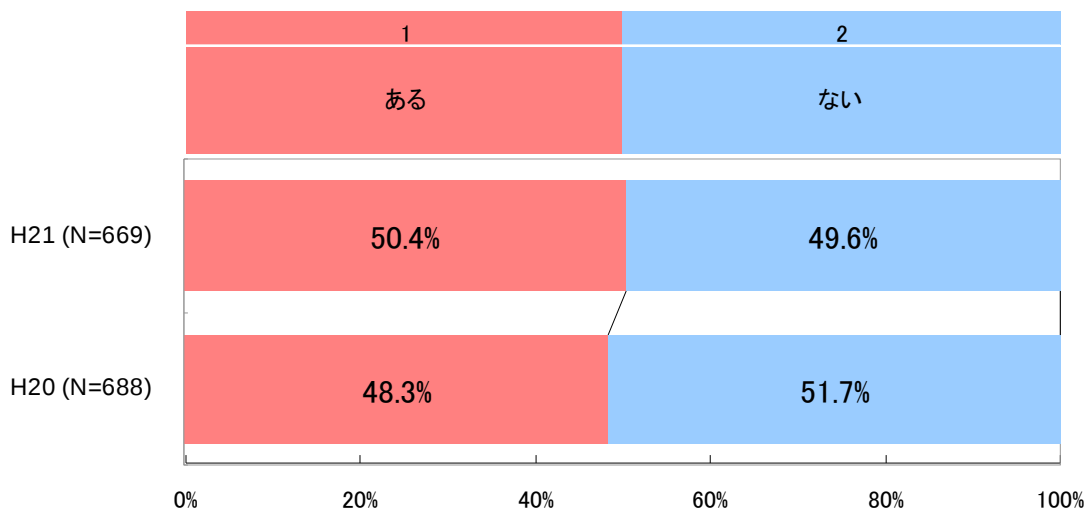
（問42で選択肢「2」～「6」を選択した方にお聞きします）

問46 広告や宣伝を内容とするメールに、「今後の受信を希望しない場合、その旨をメールで連絡することができますが、あなたは実際にそのような連絡をしたことがありますか。

あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 ある
- 2 ない

問46 今後の受信を希望しない場合、その旨をメールで連絡した経験の有無



(12) 今後の受信を希望しない連絡をした後の広告や宣伝を内容とするメール数の変化の印象

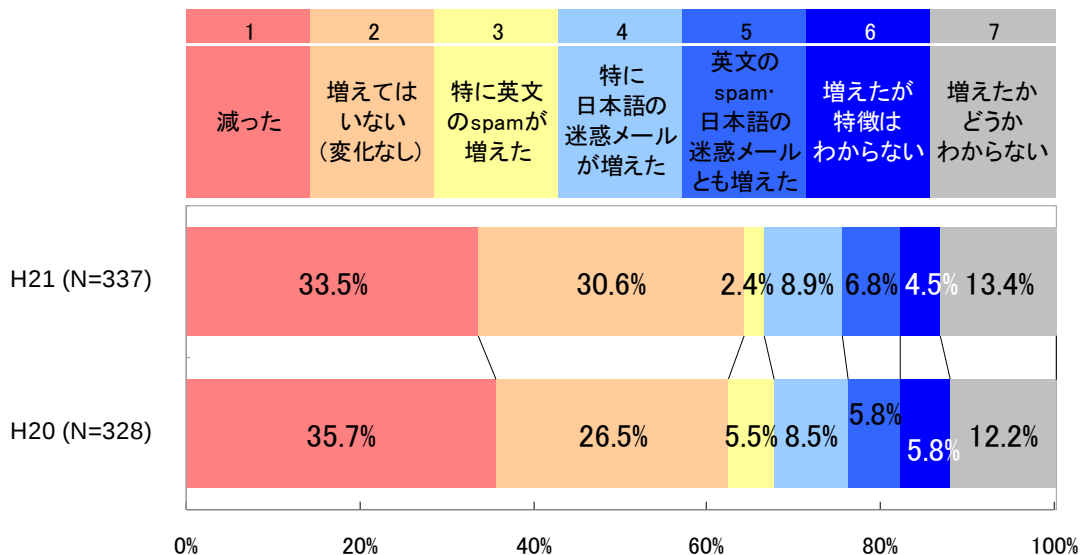
- ◆今後の受信を希望しない連絡をした後の広告や宣伝を内容とするメール数の変化の印象は、「1 減った」が33.5%と、全体の1/3が連絡した効果を認識している。
- ◆「増えた（3～6）」の合計は22.6%となっており、その中では「4 増えた、特に日本語の迷惑メールが増えた」が8.9%と最も多い。
- また、「2 増えてはいない（変わらない）」は30.6%となっている。

（問46で選択肢「1」を選択した方にお聞きします）

問47 今後の受信を希望しない連絡をした後、かえって広告や宣伝を内容とするメールが増えたと感じますか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 減った
- 2 増えてはいない（変わらない）
- 3 増えた、特に英文の spamが増えた
- 4 増えた、特に日本語の迷惑メールが増えた
- 5 増えた、英文の spam、日本語の迷惑メールとも増えた
- 6 増えたが、特徴はわからない
- 7 増えたかどうかわからない

問47 今後の受信を希望しない連絡をした後の広告や宣伝を内容とするメール数の変化の印象



5. 携帯電話不正利用防止法について

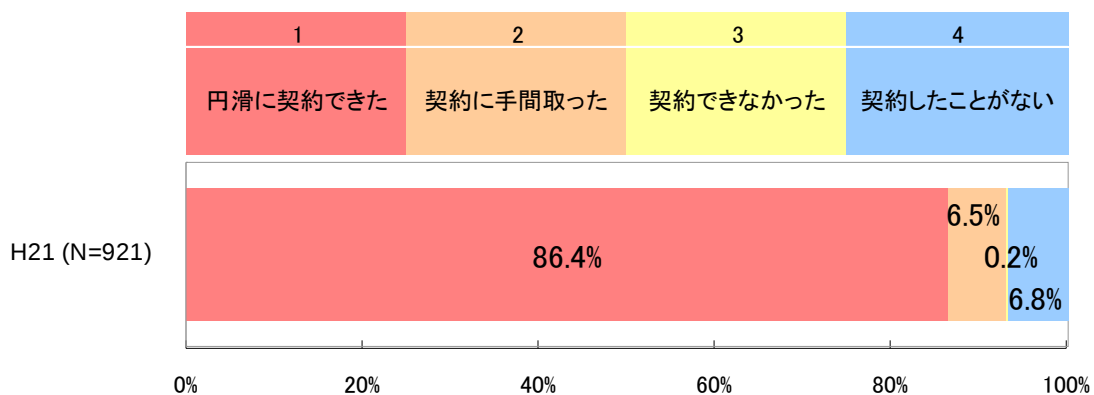
(1) 携帯電話を契約する際、本人確認手続きが円滑に進まなかった経験の有無

◆携帯電話を契約する際、本人確認手続きが円滑に進まなかった経験について、もっとも多いのは「1 円滑に契約できた」で86.4%と9割近くを占めている。
次いで、「2 契約に手間取った」(6.5%)、「3 契約できなかった」(0.2%)の順で続いている。「4 契約したことがない」は6.8%となっている。

問48 あなたは携帯電話を契約する際に、本人確認で契約手続きが円滑に進まなかっ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 円滑に契約できた
- 2 契約に手間取った
- 3 契約できなかった
- 4 契約したことがない

問48 携帯電話を契約する際、本人確認手続きが円滑に進まなかった経験の有無



(2) 契約手続の際、円滑に契約できなかった理由

- ◆契約手続の際、円滑に契約できなかった理由は、「1 免許証など、所有していない本人確認書類を求められた（学生証、社員証などでの契約を断られたことを含む）」が52.5%と最も多く、ほぼ半数に達した。次いで「2 公共料金の領収書など、住居を確認するための書類を求められた」が23.0%と続いている。
- ◆「4 その他」には、「自分以外の名義での契約時に手間取った（委任状や名義人本人の同行を求められた等）」（11件）、「証明書類の準備に手間取った」（4件）、「契約に時間がかかった（待たされた・何度も訪問した）」（4件）等の理由が挙げられている。

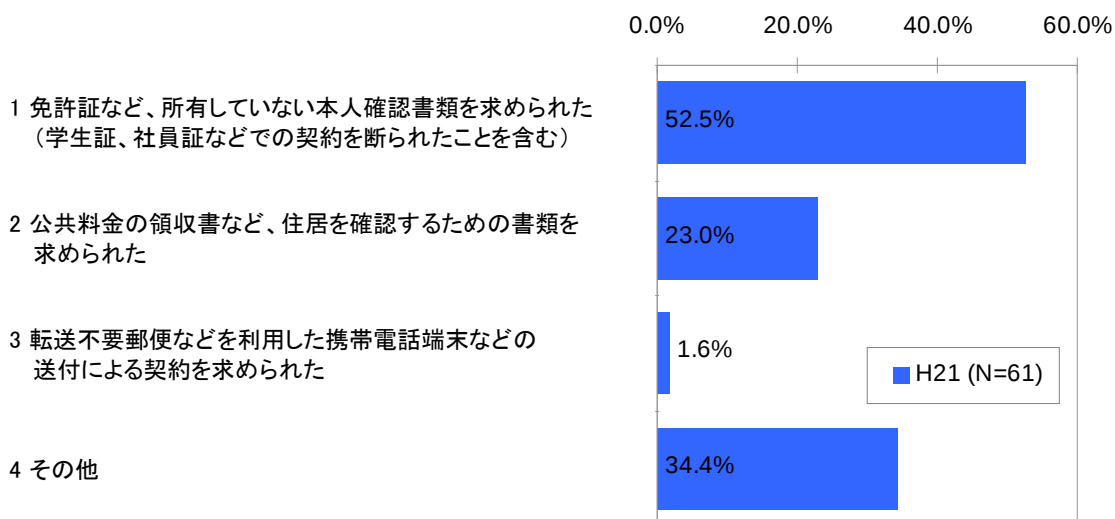
（問48で選択肢「2」・「3」を選択した方にお聞きます）

問49 契約手続の際に、円滑に契約できなかった具体的な理由はなんですか。

あてはまるものをすべて選択してください。

- 1 免許証など、所有していない本人確認書類を求められた（学生証、社員証などでの契約を断られたことを含む） → 契約を断られた書類…（ ）
- 2 公共料金の領収書など、住居を確認するための書類を求められた
- 3 転送不要郵便などを利用した携帯電話端末などの送付による契約を求められた
- 4 その他（ ）

問49 契約手続の際、円滑に契約できなかった理由



【契約を断られた書類】の主な内容

- ・ 健康保険証（1件）

【その他】の主な内容

- ・ 自分以外の名義での契約時に手間取った（委任状や名義人本人の同行を求められた等）（11件）
- ・ 証明書類の準備に手間取った（4件）
- ・ 契約に時間がかかった（待たされた・何度も訪問した）（4件）
- ・ 親権者の確認を求められた（2件）

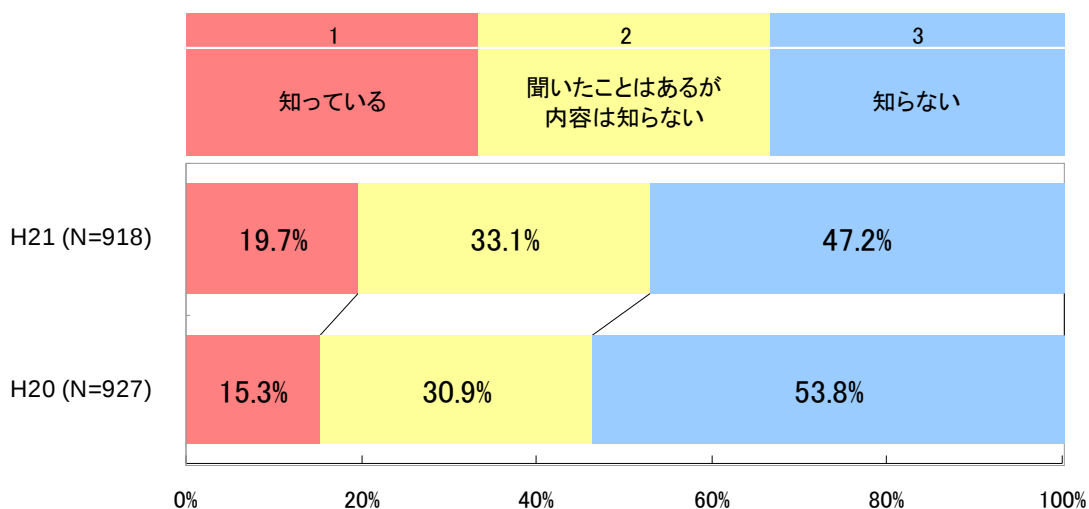
(3) 携帯電話不正利用防止法の認知状況

- ◆携帯電話不正利用防止法の認知状況をみると、「認知している（１及び２）」の合計は52.8%と過半数を超えている。（「１ 知っている」が19.7%、「２ 聞いたことはあるが内容は知らない」が33.1%）
一方、「３ 知らない」は47.2%となっている。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、「認知している（１及び２）」の合計の割合は6.6ポイント増加している。

問50 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の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50 携帯電話不正利用防止法の認知状況



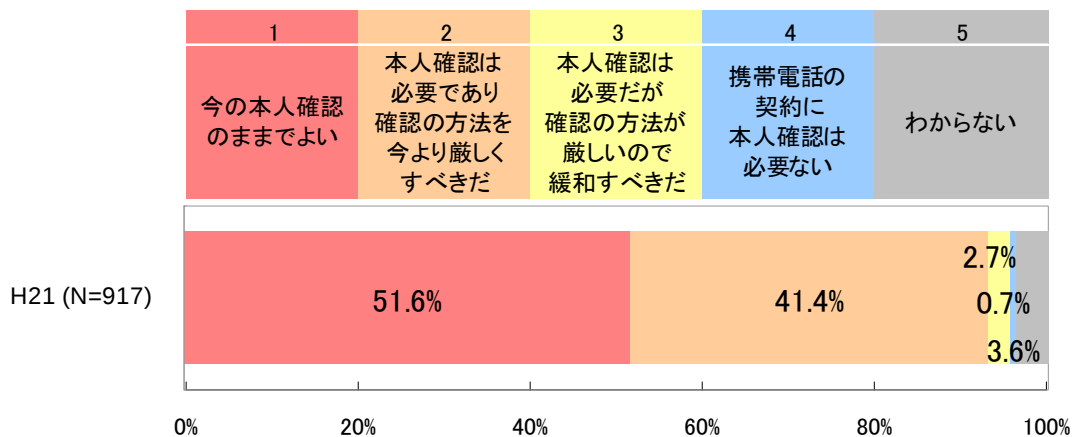
(4) 携帯電話不正利用防止法により、氏名、住所、生年月日の本人確認が義務付けられていることについて

◆携帯電話の契約の際に、携帯電話不正利用防止法により、氏名、住所、生年月日の本人確認が義務付けられていることについて、もっとも多いのは「1 今の本人確認のままでよい」で51.6%と過半数を占めている。
次いで、「2 本人確認は必要であり、確認の方法を今より厳しくすべきだ」が41.4%と続いており、上位2項目で9割以上に達している。

問51 携帯電話の契約の際には、振り込め詐欺などの犯罪に携帯電話が利用されることを防ぐため、携帯電話不正利用防止法により、氏名、住所、生年月日の確認が義務づけられています。
この本人確認についてどう思いますか。あてはまるものを1つ選択してください。

- 1 今の本人確認のままでよい
- 2 本人確認は必要であり、確認の方法を今より厳しくすべきだ
- 3 本人確認は必要だが、確認の方法が厳しいので緩和すべきだ
- 4 携帯電話の契約に本人確認は必要ない
- 5 わからない

問51 携帯電話不正利用防止法により、氏名、住所、生年月日の本人確認が義務付けられていることについて



6. 電気通信サービスの広告表示について

(1) 電気通信サービス全般の広告について

- ◆電気通信サービス全般の広告について、もっとも多いのは「3 他サービスの広告と比べて、特に分かりやすいとか、分かりにくいとは感じない」で35.0%。
次いで、「4 サービス選択に際して、専門用語等が多く少し分かりにくい広告である」(29.0%)、「5 サービス選択に際して、専門用語等が多くとても分かりにくい広告である」(14.4%)と続いている。
- ◆「分かりやすい(1及び2)」の合計の割合は、17.0%である。
- ◆その他の回答内容では、「良い点ばかりを押し出している」(6件)、「イメージ先行で内容が良く分からない」(4件)などが挙がっている。

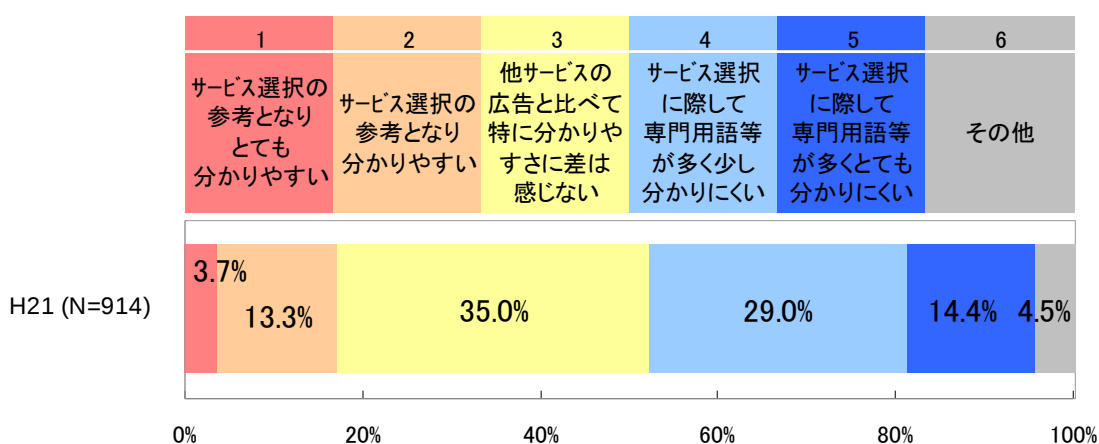
(全員の方にお聞きします)

問52 あなたは、電気通信サービス全般の広告について、どのように思いますか。

最もあてはまるものを1つ選択してください。

- 1 サービス選択に際して、参考となるととても分かりやすい広告である
- 2 サービス選択に際して、参考となる分かりやすい広告である
- 3 他サービスの広告と比べて、特に分かりやすいとか、分かりにくいとは感じない
- 4 サービス選択に際して、専門用語等が多く少し分かりにくい広告である
- 5 サービス選択に際して、専門用語等が多くとても分かりにくい広告である
- 6 その他 ()

問52 電気通信サービス全般の広告について



【その他】の主な内容

- ・ 分かりにくい(サービス・料金制度等) (6件)
- ・ 良い点ばかりを押し出している (6件)
- ・ イメージ先行で内容がよくわからない (4件)
- ・ あまり気にして見たことがない (3件)
- ・ 細かい規約を小さく表示していて分かりにくい (2件)

(2) 電気通信サービスを選択する際、特に参考にする(と思う)広告媒体

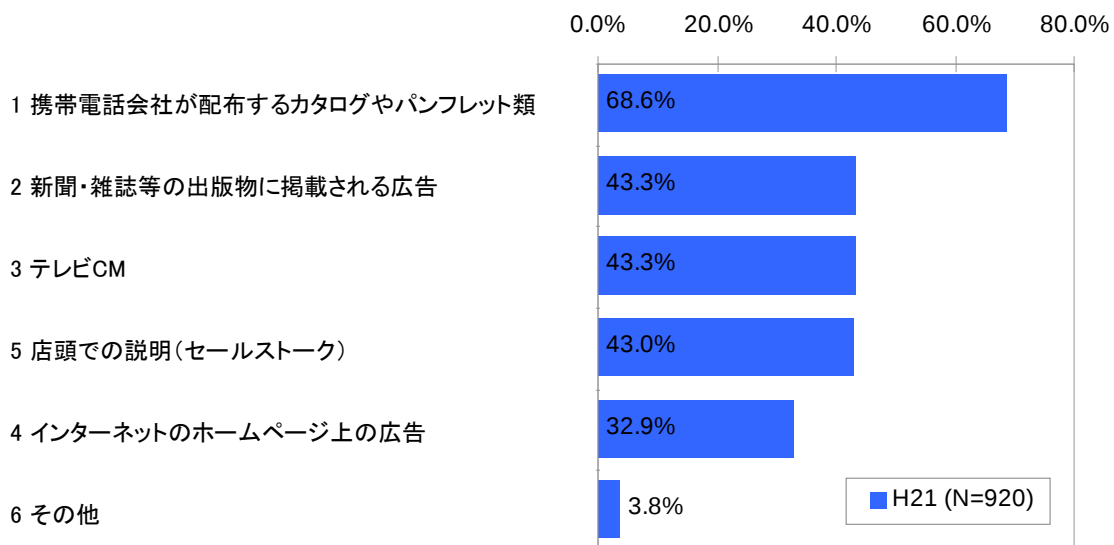
◆電気通信サービスを選択する際、特に参考にする(と思う)広告媒体について、もっとも多いのは「1 携帯電話会社が配布するカタログやパンフレット類」で68.6%。
次いで、「2 新聞・雑誌等の出版物に掲載される広告」(43.3%)、「3 テレビCM」
(43.3%)、「5 店頭での説明(セールストーク)」(43.0%)がほぼ同じ割合で並んでいる。

(全員の方にお聞きします)

問53 電気通信サービスを選択する際、特に参考にする(と思う)広告は、どのような広告媒体ですか。
あてはまるものを3つまで選択してください。

- 1 携帯電話会社が配布するカタログやパンフレット類
- 2 新聞・雑誌等の出版物に掲載される広告
- 3 テレビCM
- 4 インターネットのホームページ上の広告
- 5 店頭での説明(セールストーク)
- 6 その他()

問53 電気通信サービスを選択する際、特に参考にする(と思う)広告媒体



【その他】の主な内容

- ・ 口コミ(比較サイト、ブログ、友人等)(18件)
- ・ 雑誌記事(2件)

(3) 携帯電話・PHS サービスの広告で、分かりづらいと感じた点

◆携帯電話・PHS サービスの広告で、分かりづらいと感じた点については、「1 料金（割引等を含む）」が81.5%でもっとも多い。

次いで、「4 サービス内容（利用者が利用できる機能）」が59.0%、「7 解約・変更等の条件」が37.8%と続いている。

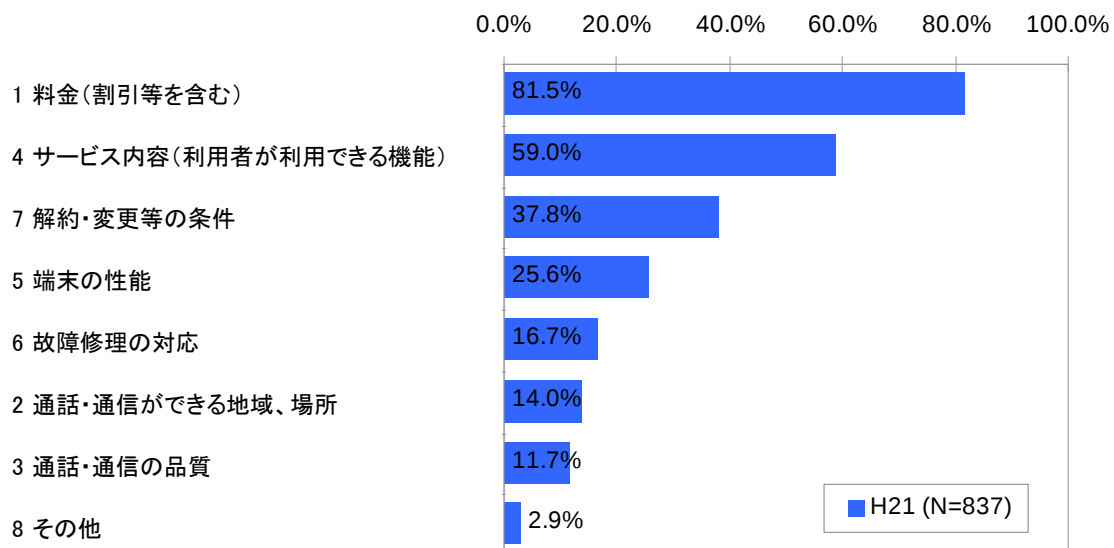
（現在、携帯電話・PHSサービスを利用している方にお聞きます）

問54 携帯電話・PHSサービスの広告で、分かりづらいと感じたのは、どのような点ですか。

あてはまるものを3つまで選択してください。

- 1 料金（割引等を含む）
- 2 通話・通信ができる地域、場所
- 3 通話・通信の品質
- 4 サービス内容（利用者が利用できる機能）
- 5 端末の性能
- 6 故障修理の対応
- 7 解約・変更等の条件
- 8 その他（ ）

問54 携帯電話・PHS サービスの広告で、分かりづらいと感じた点



【その他】の主な内容

- ・ 端末の割賦支払制度 (4 件)
- ・ 他社間で比較検討しづらい (3 件)

(4) 実際に利用した際、広告の内容と相違したため、問題が生じた経験の有無

- ◆実際に利用した際、広告の内容と相違したため、問題が生じた経験の有無について、「2 ない」と回答した人は91.6%で、「1 ある」の8.4%を大きく上回る結果となった。
- ◆問題が生じた経験について、「1 ある」と回答した中には「広告に提示してある安い料金サービスを使用するには他のサービス・オプション等への加入が必要だった」(15件)や、「サービスエリアが狭い(広告で範囲内でもつながらない場所が多い等)」(8件)といった回答が挙げられている。

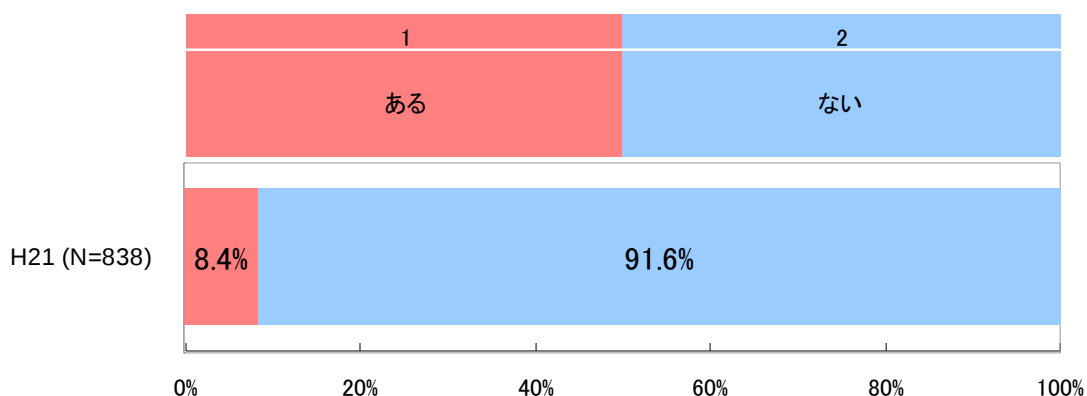
(現在、携帯電話・PHSサービスを利用している方にお聞きます)

問55 実際に利用した際に、広告の内容と相違したため、問題が生じたことがありますか。

ある場合は、具体的に相違した点をお聞かせください。

- 1 ある ()
- 2 ない

問55 実際に利用した際、広告の内容と相違したため、問題が生じた経験の有無



【ある】の主な内容

- ・ 広告に提示してある安い料金サービスを使用するには他のサービス・オプション等への加入が必要だった (15件)
- ・ サービスエリアが狭い(広告で範囲内でもつながらない場所が多い等) (8件)
- ・ 家族割引の適用範囲 (5件)
- ・ 解約に伴う違約金 (2件)

(5) 携帯電話・PHS サービスの広告について、今後の課題(改善すべき)だと思ふ点

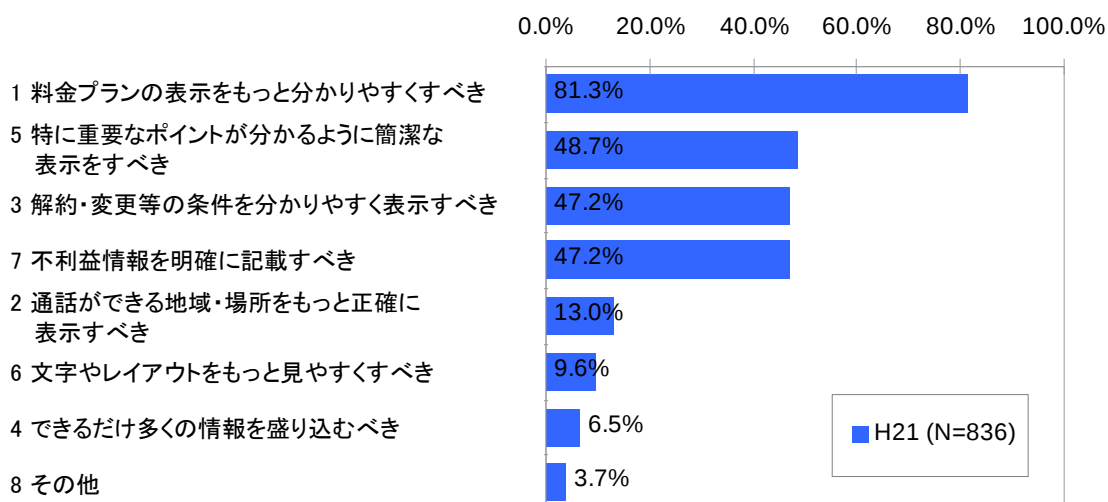
◆携帯電話・PHS サービスの広告について、今後の課題(改善すべき)だと思ふ点は、「1 料金プランの表示をもっと分かりやすくすべき」が81.3%でもっとも多い。
次いで、「5 特に重要なポイントが分かるように簡潔な表示をすべき」(48.7%)、「3 解約・変更等の条件を分かりやすく表示すべき」(47.2%)、「7 不利益情報を明確に記載すべき」(47.2%) がほぼ同じ割合で並んでいる。

(現在、携帯電話・PHS サービスを利用している方にお聞きします)

問56 携帯電話・PHS サービスの広告について、今後の課題(改善すべき点)として
どのようなことがあると思いますか。あてはまるものを3つまで選択してください。

- 1 料金プランの表示をもっと分かりやすくすべき
- 2 通話ができる地域・場所をもっと正確に表示すべき
- 3 解約・変更等の条件を分かりやすく表示すべき
- 4 できるだけ多くの情報を盛り込むべき
- 5 特に重要なポイントが分かるように簡潔な表示をすべき
- 6 文字やレイアウトをもっと見やすくすべき
- 7 不利益情報を明確に記載すべき
- 8 その他 ()

問56 携帯電話・PHS サービスの広告について、今後の課題(改善すべき)だと思ふ点



【その他】の主な内容

- ・ 支払い・割引・くりこし等の料金に関して明確に記載してほしい (4 件)
- ・ 他社との比較が簡単にできるようにしてほしい (4 件)
- ・ 案内の徹底 (3 件)

7. あなたご自身について

(1) 性別

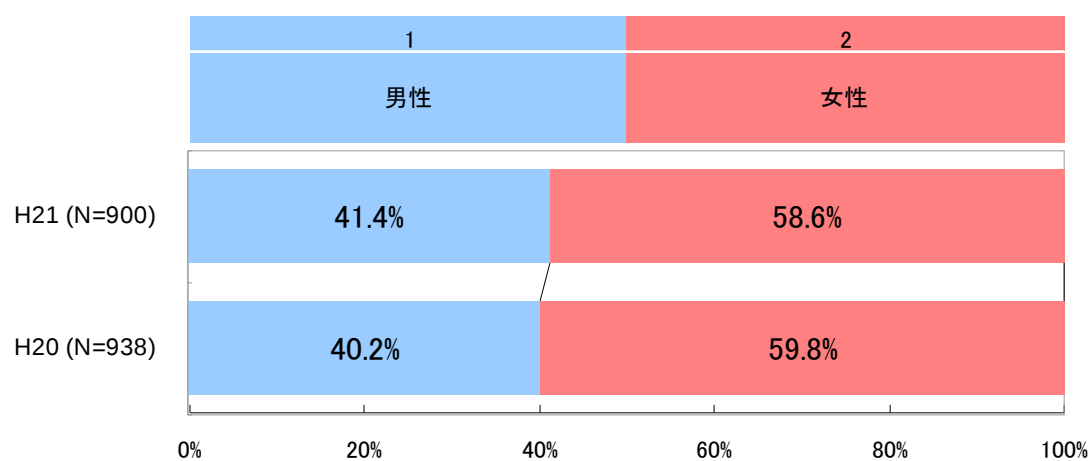
◆今回調査の男女比は、「1 男」が41.4%、「2 女」が58.6%となっている。

F 1 あなたの性別

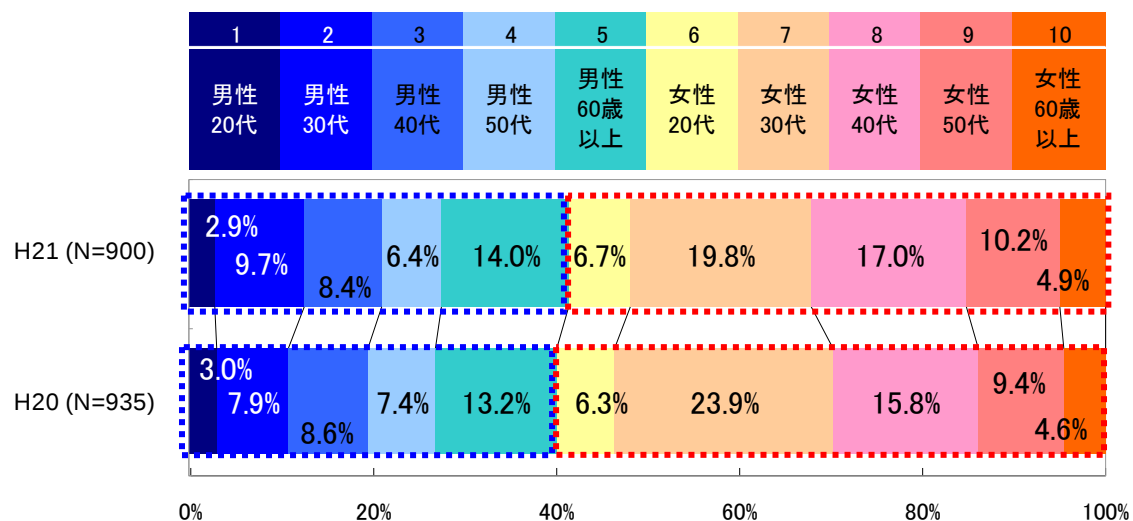
1 男

2 女

F1 性別



F1性別 × F2年齢



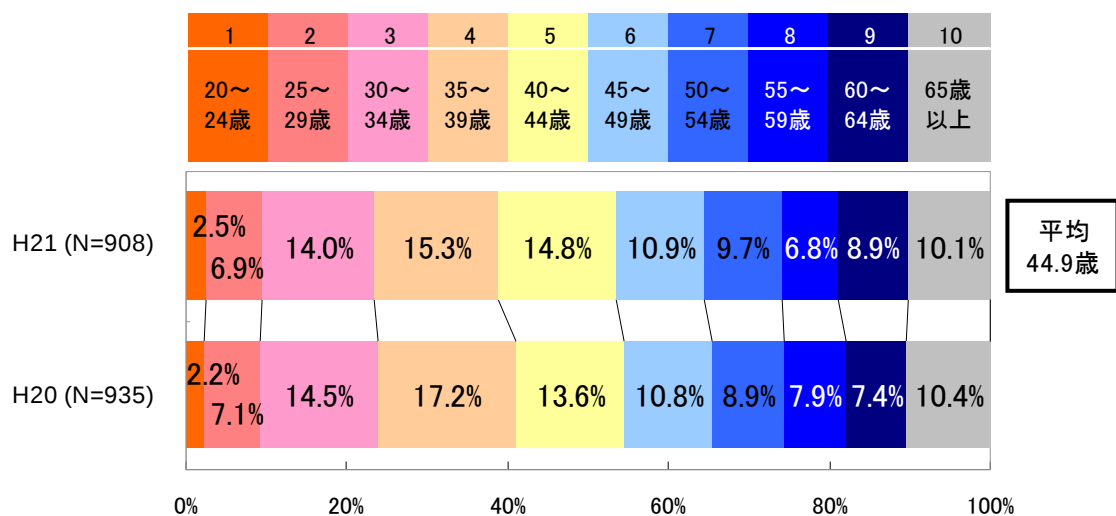
(2) 年齢

- ◆年齢について、もっとも多いのは「30代（3及び4）」で29.3%。次いで、「40代（5及び6）」が25.7%、「60歳以上（9及び10）」が19.9%と続いている。
- ◆今年度（H21）の全体の平均年齢は44.9歳である。
- ◆性別×年代別にみると、男性では「60歳以上」（14.0%）、「30代」（9.7%）、「40代」（8.4%）の順に多く、平均年齢は48.7歳である。
女性では「30代」（19.8%）、「40代」（17.0%）、「50代」（10.2%）の順に多く、平均年齢は42.2歳である。

F2 あなたの年齢

1	20～24歳	5	40～44歳	9	60～64歳
2	25～29歳	6	45～49歳	10	65歳以上
3	30～34歳	7	50～54歳		
4	35～39歳	8	55～59歳		

F2 年齢



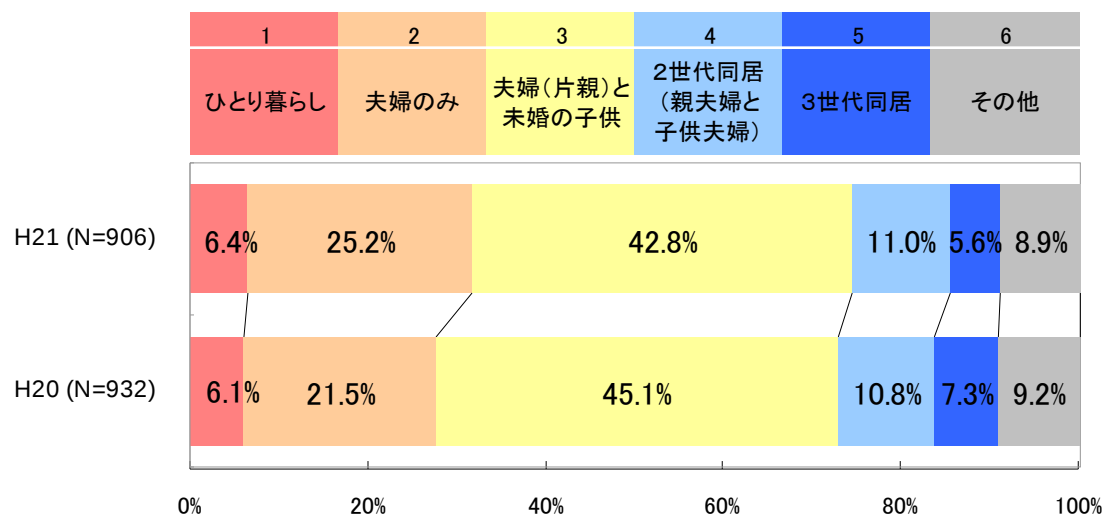
(3) 世帯形態

◆世帯形態は、「3 夫婦（片親）と未婚の子供」が42.8%で最も多い。
次いで、「2 夫婦のみ」（25.2%）、「4 2世代同居（親夫婦と子供夫婦）」（11.0%）と続いている。

F 3 あなたの家族の世帯形態

- 1 ひとり暮らし
- 2 夫婦のみ
- 3 夫婦（片親）と未婚の子供
- 4 2世代同居（親夫婦と子供夫婦）
- 5 3世代同居
- 6 その他

F3 家族の世帯形態



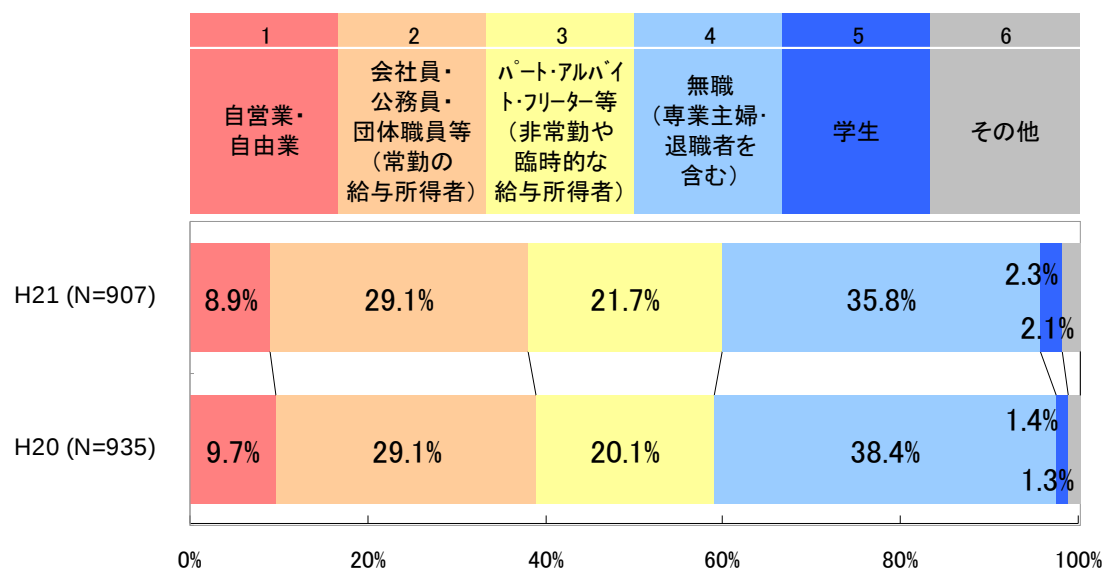
(4) 職業

◆職業は、「4 無職（専業主婦、退職者を含む）」が35.8%でもっとも多く、次いで、「2 会社員・公務員・団体職員等（常勤の給与所得者）」（29.1%）、「3 パート・アルバイト・フリーター等（非常勤や臨時的な給与所得者）」（21.7%）の順で続く。

F 4 あなたの職業

- 1 自営業・自由業
- 2 会社員・公務員・団体職員等（常勤の給与所得者）
- 3 パート・アルバイト・フリーター等（非常勤や臨時的な給与所得者）
- 4 無職（専業主婦、退職者を含む）
- 5 学生
- 6 その他（ ）

F4 職業



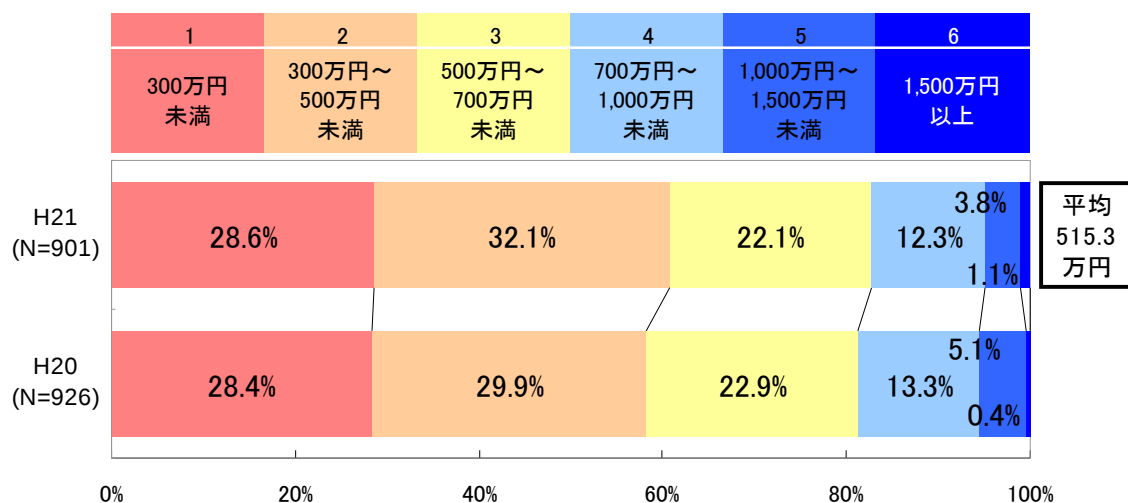
(5) 世帯年収

- ◆世帯年収は、「2 300万円以上500万円未満」が32.1%でもっとも多く、次いで「1 300万円未満」(28.6%)、「3 500万円以上700万円未満」(22.1%)の順で続いている。
- ◆今年度(H21)の世帯年収の平均は515.3万円である。

F 5 あなたの世帯年収

- 1 300万円未満
- 2 300万円以上500万円未満
- 3 500万円以上700万円未満
- 4 700万円以上1000万円未満
- 5 1000万円以上1500万円未満
- 6 1500万円以上

F5 世帯年収



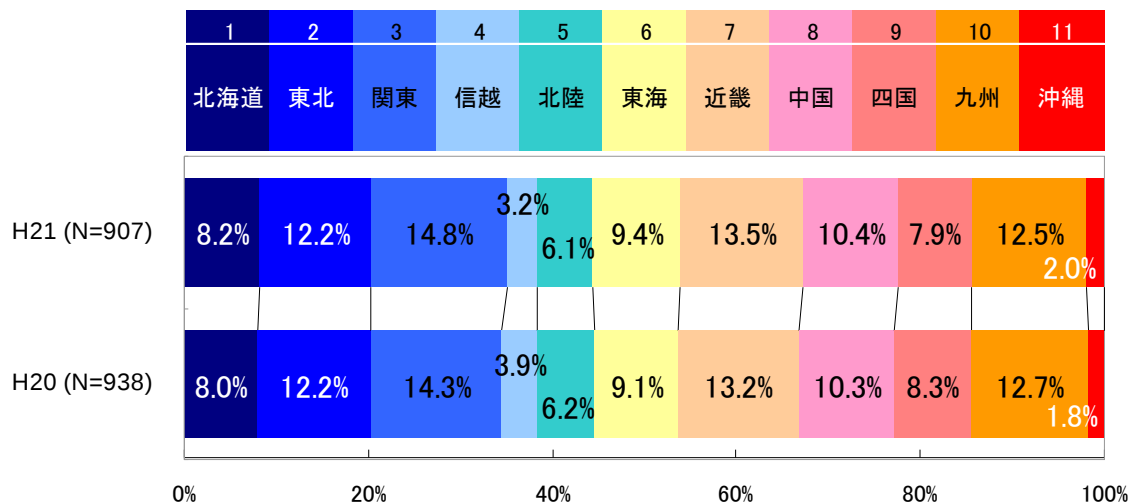
(6) 居住地域

◆居住地域の構成比は、多い順に「3 関東」が14.8%、「7 近畿」が13.5%、「10 九州」が12.5%、「2 東北」が12.2%、「8 中国」10.4%となっている。

F 6 あなたの居住地域

- 1 北海道
- 2 東北（青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島）
- 3 関東（茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨）
- 4 信越（新潟、長野）
- 5 北陸（富山、石川、福井）
- 6 東海（岐阜、静岡、愛知、三重）
- 7 近畿（滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山）
- 8 中国（鳥取、島根、岡山、広島、山口）
- 9 四国（徳島、香川、愛媛、高知）
- 10 九州（福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島）
- 11 沖縄

F6 居住地域



(7) 居住地の都市規模

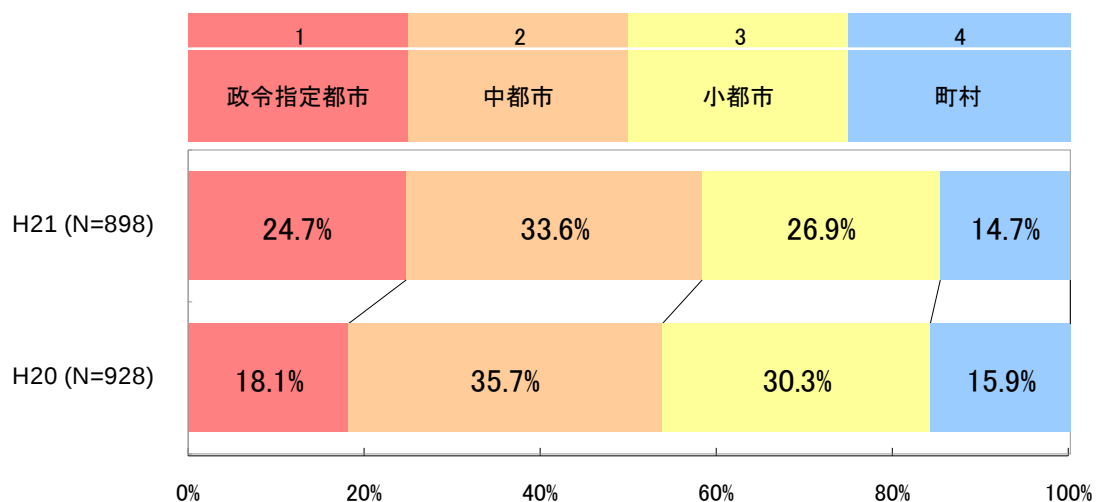
◆居住地の都市規模は、もっとも多いのは「2 中都市」で33.6%。
次いで、「3 小都市」が26.9%、「1 政令指定都市」が24.7%、「4 町村」が15.9%と続く。

F 7 あなたの居住地の都市規模

- 1 政令指定都市
- 2 中都市
- 3 小都市
- 4 町村

※政令指定都市には東京23区を含む、中都市は人口10万人以上、小都市は人口10万人未満、町村は市制施行地以外の行政地域とします。

F7 居住地の都市規模



(8) インターネット接続回線

- ◆インターネットの接続回線は、もっとも多いのが「4 ADSL」で33.3%。
次いで、「5 FTTH（光ファイバ）」(31.7%)、「6 CATV」(13.9%)で続く。
- ◆昨年度（H20）と比較すると、ブロードバンド（4、5、6）の割合が増加し、ダイヤルアップ式の回線（「1 加入電話（アナログ回線）によるダイヤルアップ」、「2 従量制ISDNによるダイヤルアップ」）、及び「7 携帯電話・PHSのデータ通信サービス」は減少している。

F8 現在主に契約（加入）し、利用しているインターネット接続回線は何ですか。

あてはまる回線を1つ選択してください。

- 1 加入電話（アナログ回線）によるダイヤルアップ
- 2 従量制ISDNによるダイヤルアップ
- 3 常時接続・定額制ISDN
- 4 ADSL
- 5 FTTH（光ファイバ）
- 6 CATV
- 7 携帯電話・PHSのデータ通信サービス
- 8 自宅での無線アクセス（FWAを含む）
- 9 ホットスポットでの無線LAN
- 10 その他（ ）
- 11 インターネット接続回線を契約（に加入）していない

F8 現在主に契約（加入）し、利用しているインターネット接続回線

