

電気通信サービスの供給動向調査（平成16年度）

携帯電話・PHS
公衆無線LAN

平成17年2月3日

総務省

【凡例】

- (1) 出所の「総務省資料」は、平成15年9月末以前の情報については、平成15年度の競争評価における情報収集(「平成15年度の電気通信事業分野における競争状況に関する調査」)、平成15年12月末以降の情報は平成16年度の競争評価における情報収集(「平成16年度の電気通信事業分野における競争状況に関する調査」)、「電気通信事業報告規則」(昭和63年 郵政省令第46号)に基づく収集情報及びその他総務省公表資料に基づき作成していることを意味する。

- (2) 四捨五入により、資料中の係数とその合計値が一致しない場合がある。

携帯電話・PHS (ポイント)

携帯電話 + PHSの契約数は、9018万(平成16年12月末)。

- ・平成16年12月末で9000万を突破。携帯電話8548万、PHS470万。
- ・NTTドコモグループ、KDDI、ボーダフォン、ツーカーグループの契約数の動きは、それぞれに特徴。

2G契約数:3G契約数 = 70:30(平成16年12月末)

- ・3Gは平成15年に入って徐々に加速。平成16年6月末に2000万を超え上昇中。
- ・ブラウザフォンサービスが携帯電話全体に占める比率は86%。

PHSの契約数は減少。データ通信に活路。

- ・WILLCOMは、平成16年3月末を底に反転微増。
- ・アステルグループの各地域会社は音声サービスから撤退開始。
- ・定額制の契約数は増加が続いている。

(1) 本項(携帯電話、PHS)で用いる電気通信事業者の略称は次のとおり。

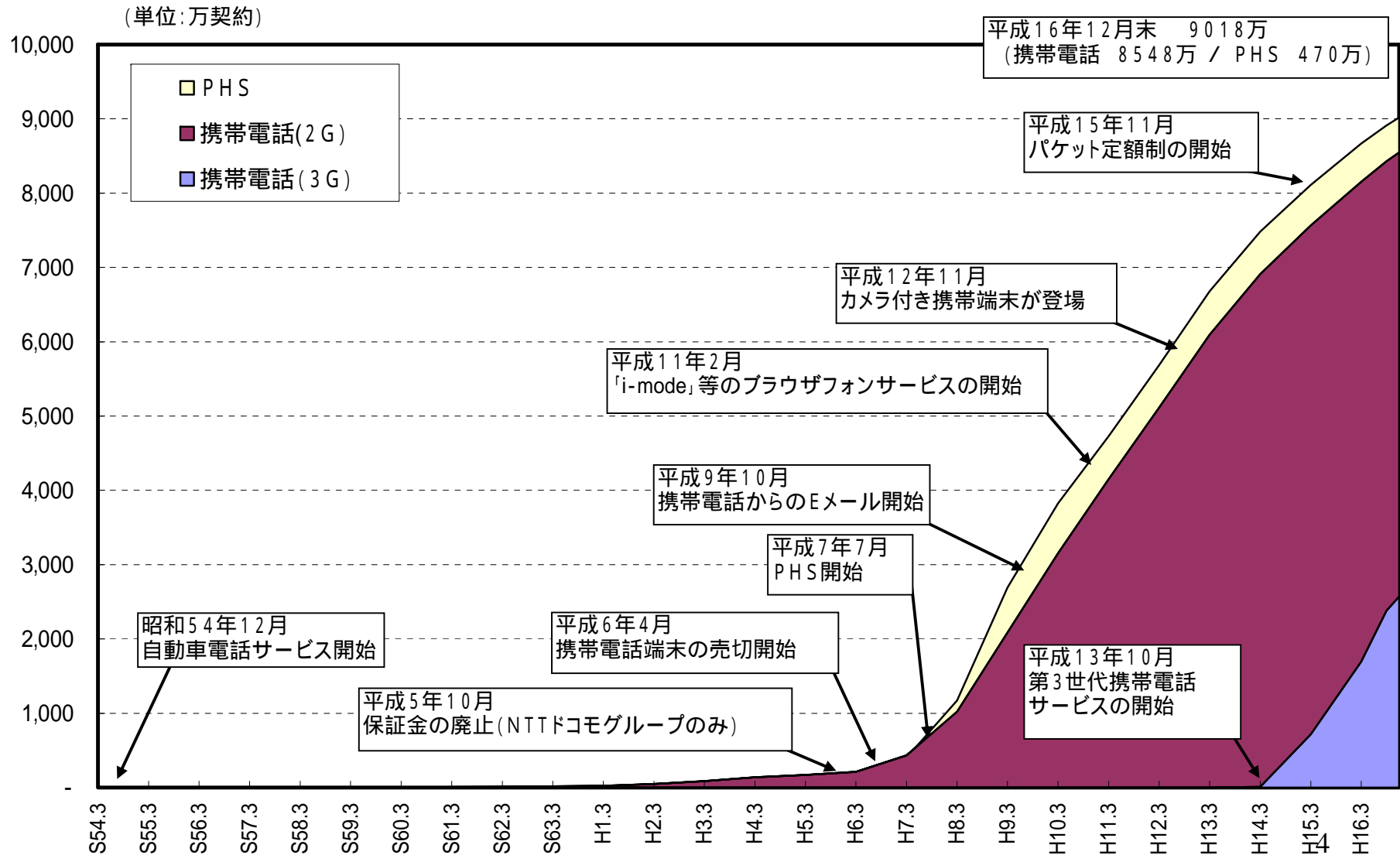
- ・NTTドコモグループ:株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ北海道、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ東北、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ北陸、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ東海、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ関西、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ中国、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ四国、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ九州
- ・KDDI:KDDI株式会社、沖縄セルラー株式会社
- ・ツーカーグループ:株式会社ツーカーセルラー東京、株式会社ツーカーセルラー東海、株式会社ツーカーホン関西
- ・ボーダフォン:ボーダフォン株式会社
- ・WILLCOM:株式会社ウィルコム(旧:DDIポケット株式会社)
- ・アステルグループ:北海道総合通信網株式会社、東北インテリジェント通信株式会社、株式会社鷹山、中部テレコミュニケーション株式会社、株式会社ケイ・オプティコム、株式会社エネルギー・コミュニケーションズ、株式会社STNet、九州通信ネットワーク株式会社、株式会社ウィルコム沖縄(旧:株式会社アステル沖縄)

(2) 本項(携帯電話・PHS)で用いる用語は次のとおり。

- ・2G:第二世代携帯電話
- ・3G:第三世代携帯電話

8 - 1 携帯電話(2G、3G)、PHS契約数の推移

保証金廃止、端末売切開始後の平成6年から普及が加速し、平成16年12月末には9000万を突破。
 上昇基調は続いているが上昇スピードは低下。



(出所) 総務省資料

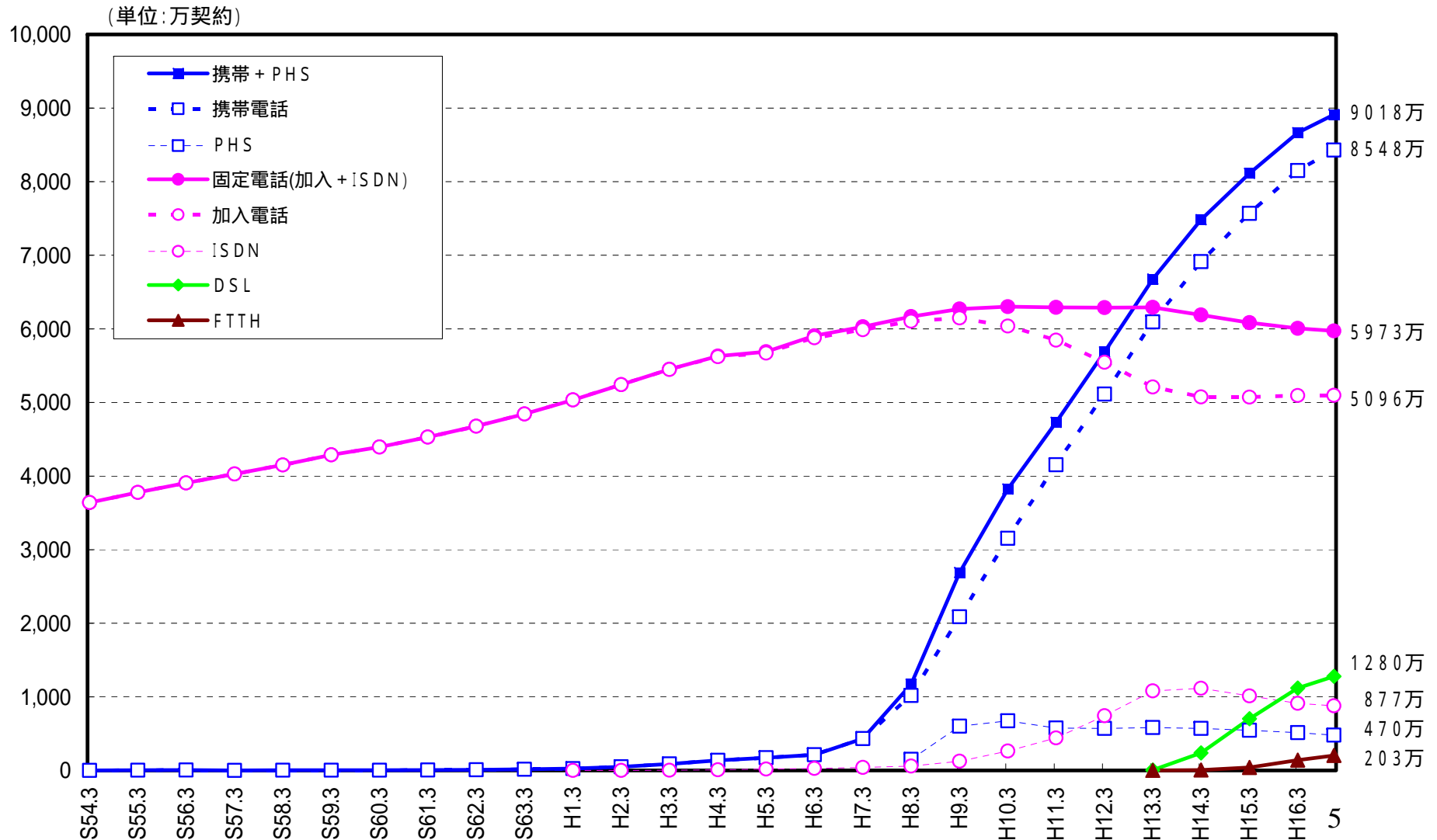
8 - 2 他の電気通信サービスの契約数推移との比較

現在は、「携帯電話 + PHS」は「加入電話 + ISDN」の1.4倍

携帯電話は平成6年から急拡大。

PHSは平成9年7月以降減少に転じる。

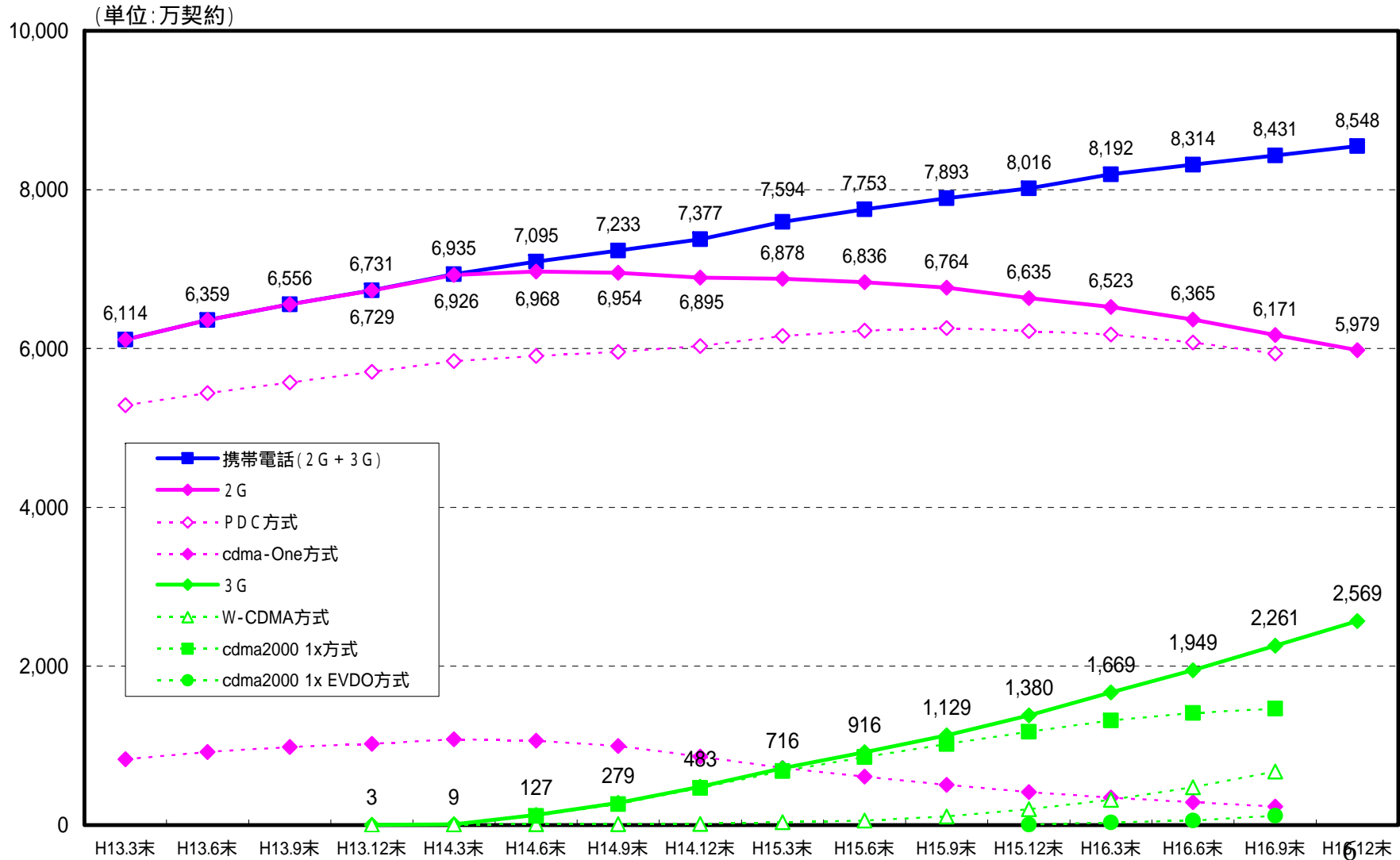
携帯電話+PHSが加入電話+ISDNを超えたのは平成12年11月。



(出所) 総務省資料

8 - 3 携帯電話の2G / 3G別契約数の推移

2G / 3Gの契約数比は平成16年12月末に、(2G):(3G) = 70:30。
 2G + 3Gは、3G登場以前から安定増加する一方、3Gが増加し、2Gが減少する様子が分かる。

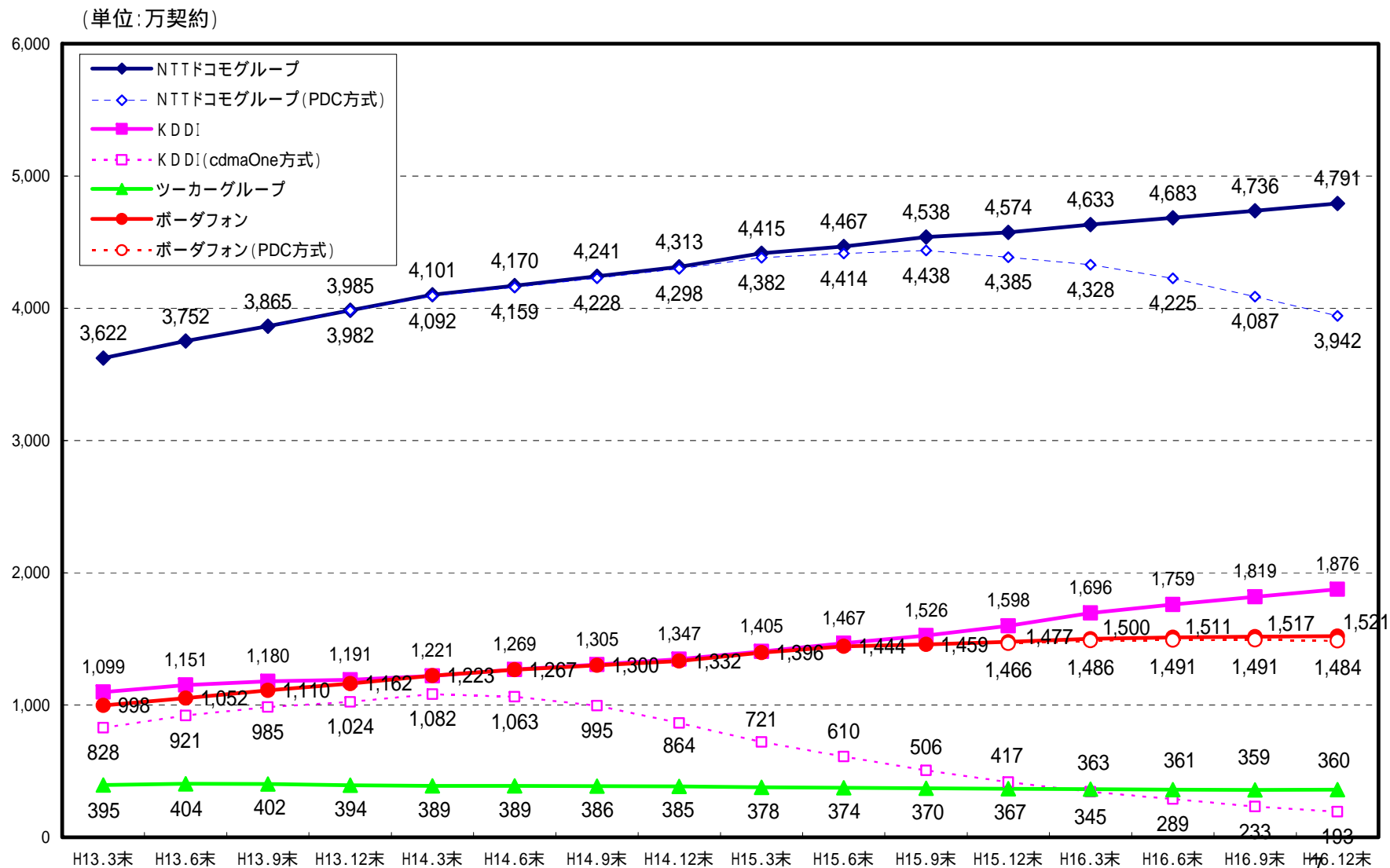


(出所) 総務省及び社団法人電気通信事業者協会資料

8 - 4 携帯電話(2G+3G)事業者別契約数の推移

平成16年12月末時点の事業者別契約数比は、

(NTTドコモグループ):(KDDI):(ボーダフォン):(ツーカーグループ) = 56:22:18:4



(出所) 総務省及び社団法人電気通信事業者協会資料

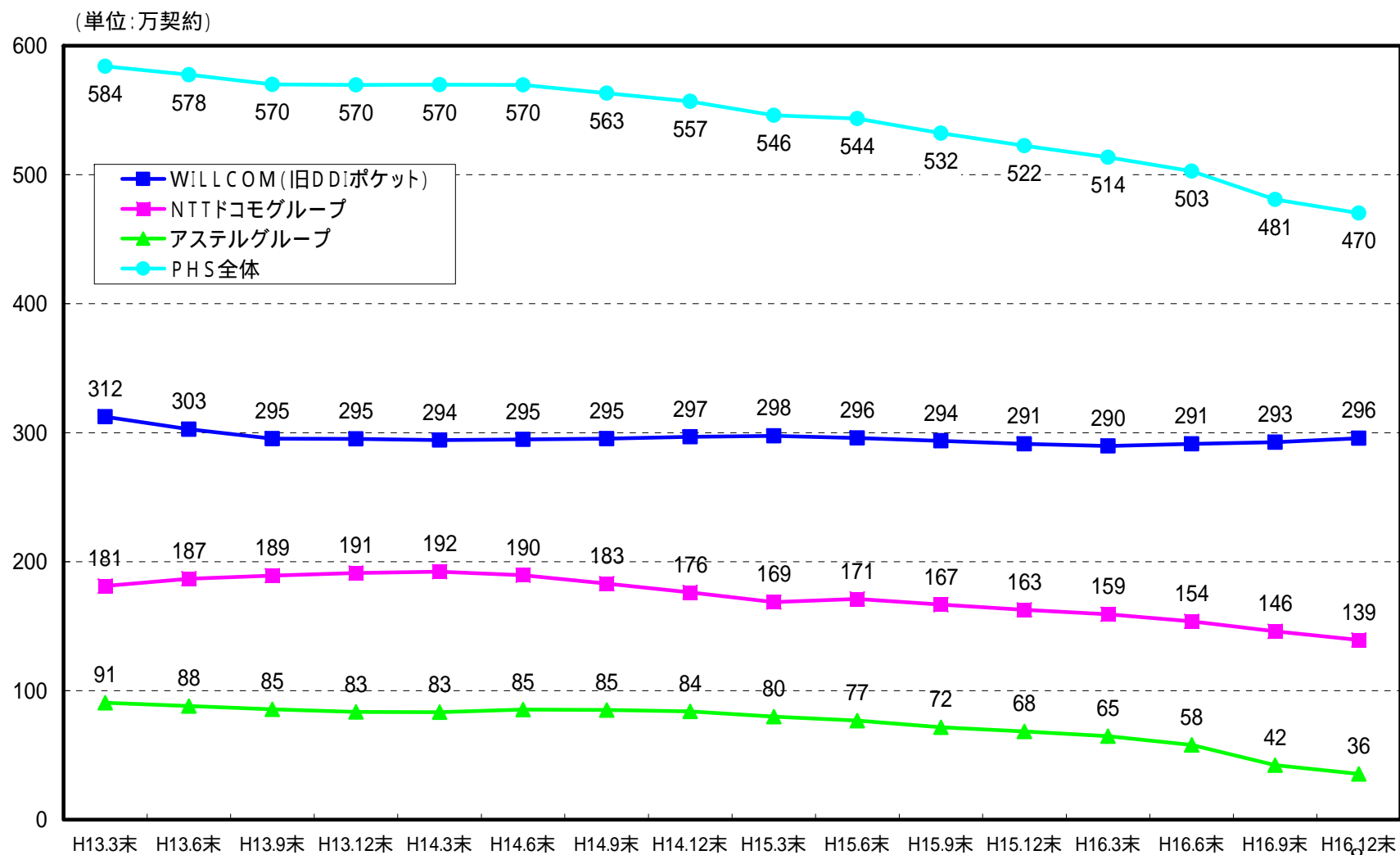
8 - 5 PHSの事業者別契約数の推移

平成16年12月末で470万。携帯電話の契約数との比は、(携帯電話2G + 3G) : (PHS) = 95 : 5。

PHSの中ではWILLCOM(旧DDIポケット)だけが290万～300万の間で安定推移。

NTTドコモグループは最盛期(14.3末)に比べ50万減少。

アステルグループもグループ会社のうち数社が撤退するなど減少。3年前に比べると半減。

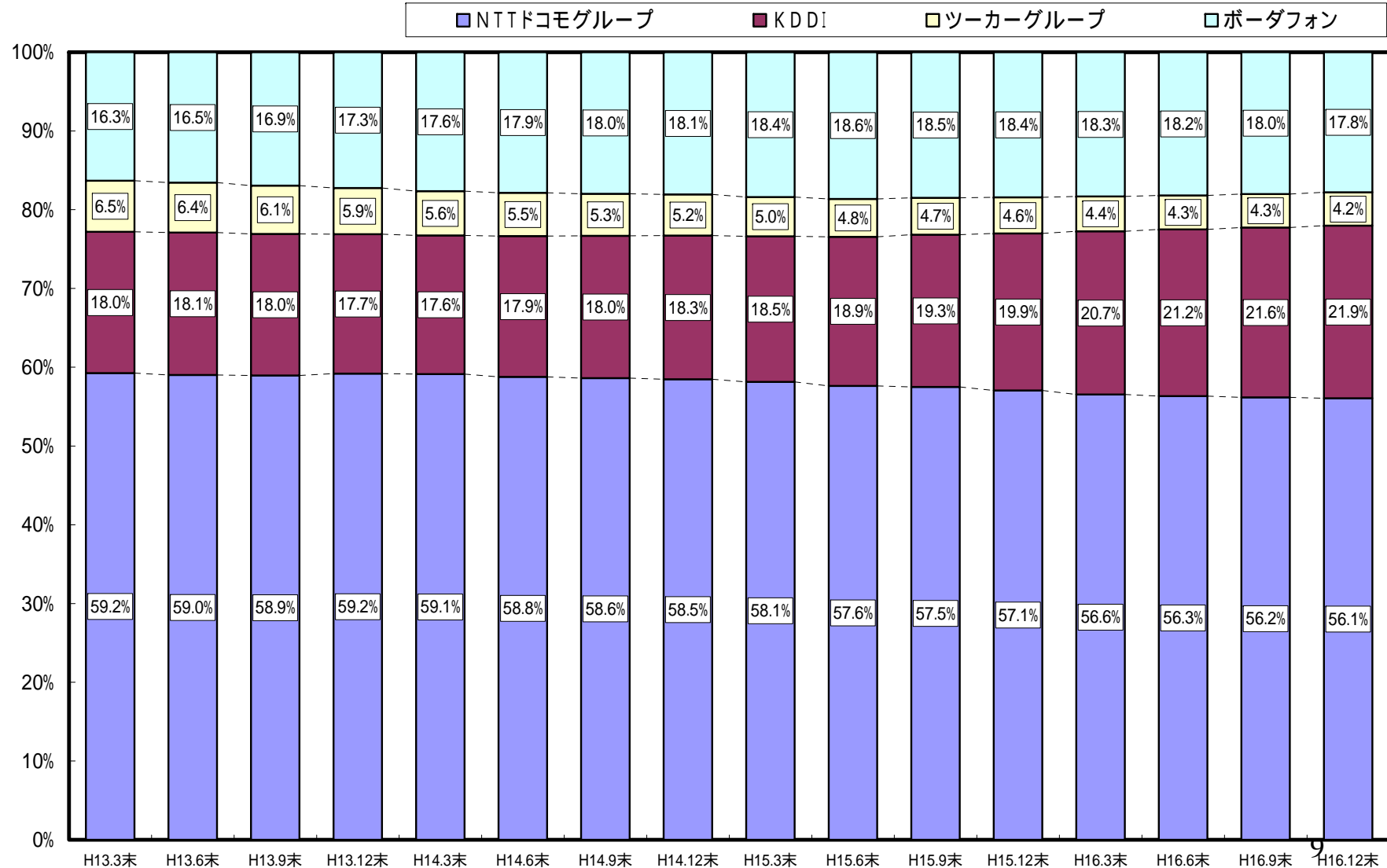


8 - 6 携帯電話(2G+3G)事業者別契約数構成の変化

平成14年に入ってから現在まで、NTTドコモグループは微減(59.1% → 56.1%)。

KDDIは同時期から拡大開始。ツーカーグループを加えると26.1%。

ツーカーグループとボーダフォンは平成15年6月末以来減少続く。



(出所) 総務省及び社団法人電気通信事業者協会資料

8 - 7 携帯電話(2G + 3G)、PHS契約数の事業者別純増数の推移

NTTドコモグループが牽引していたが、平成15年秋に逆転。

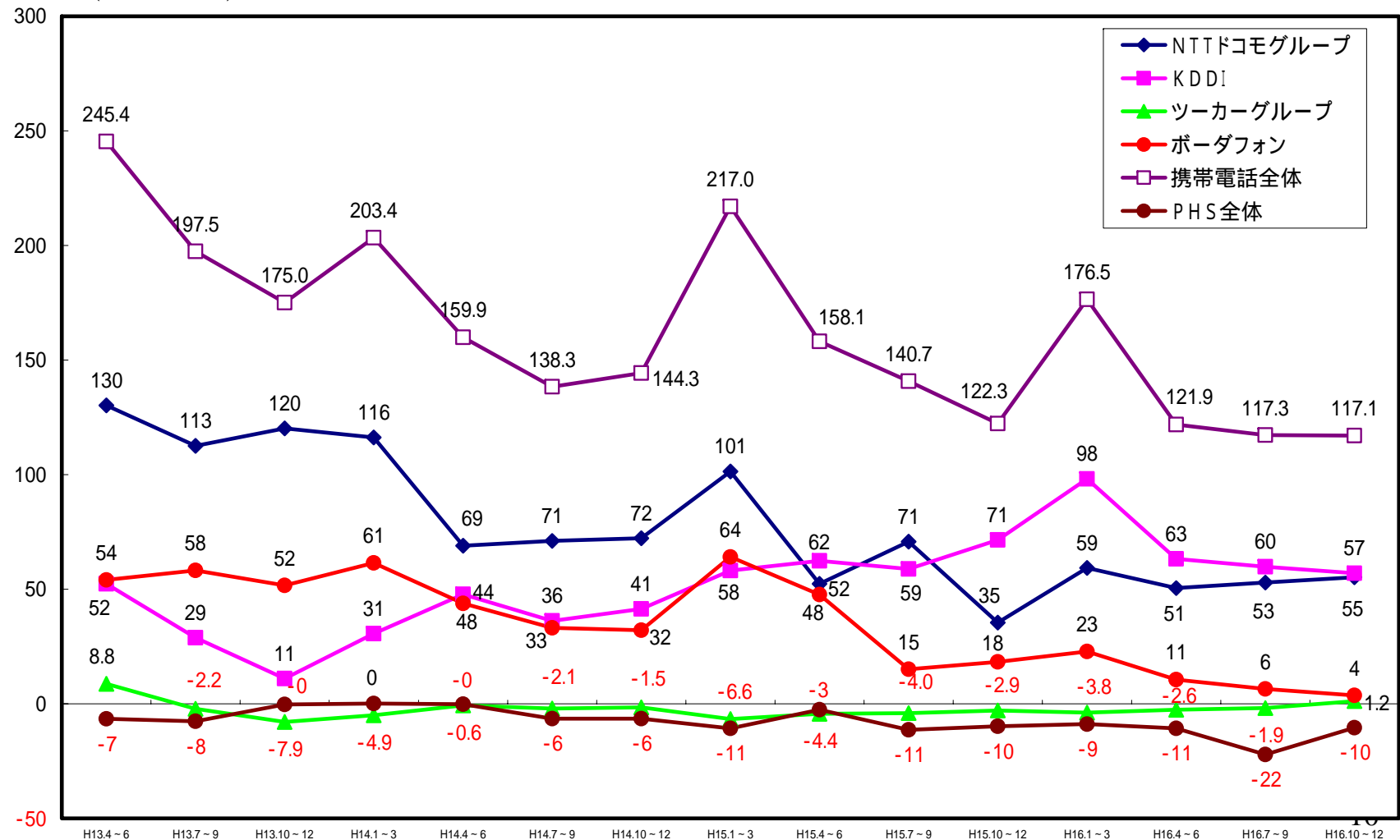
NTTドコモグループ、ボーダフォンは長期的に減少が続き、KDDIは上昇。

平成16年10月～12月期は、NTTドコモグループ(55万)、KDDI(57万)で再び近接。

ツーカーグループは、平成16年10月～12月期に純増に浮上。

PHSは純減状態が継続。

(単位:万契約)



(出所) 総務省及び社団法人電気通信事業者協会資料

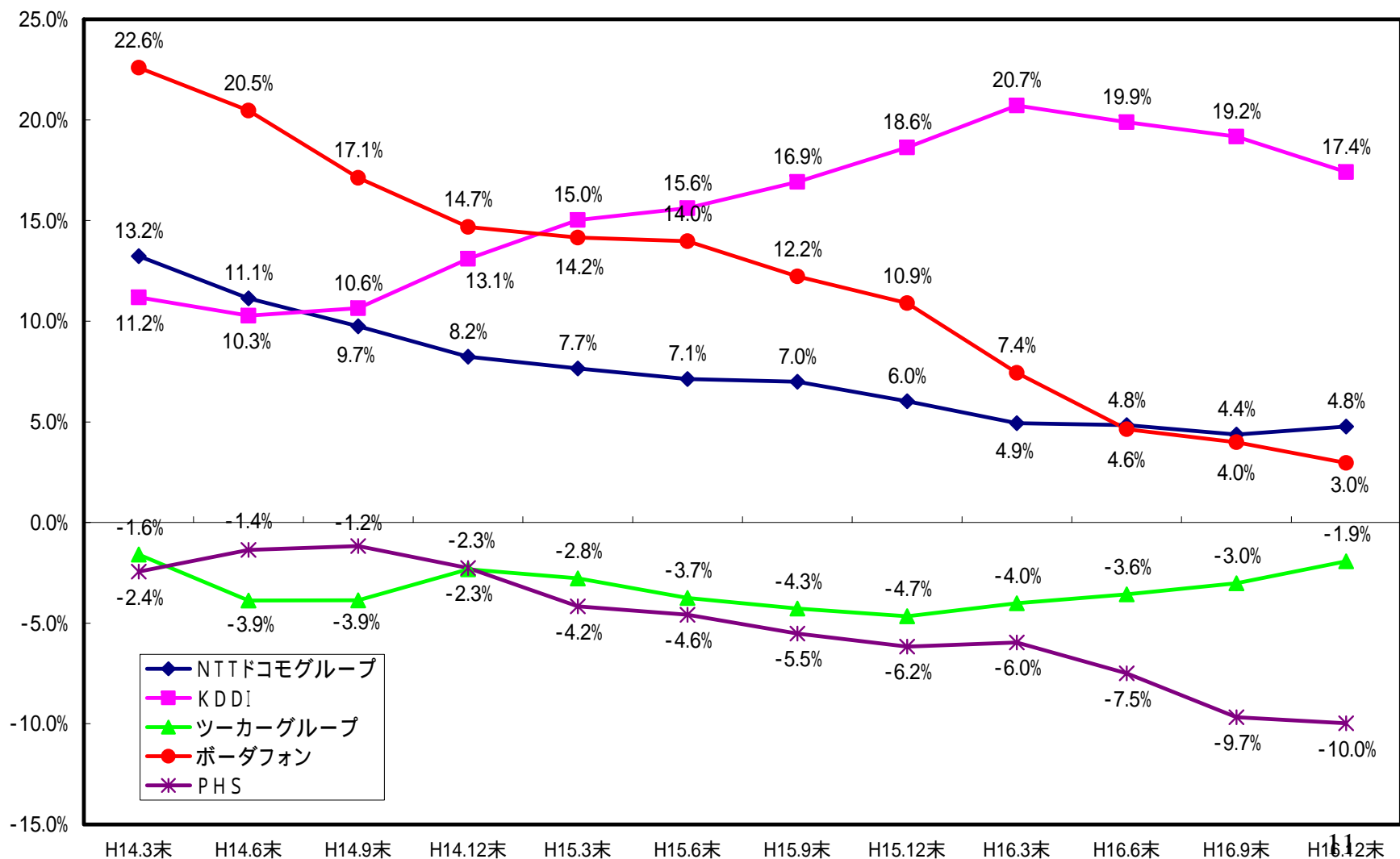
8 - 8 携帯電話(2G+3G)、PHSの契約数変化率の推移(対前年同月末比)

NTTドコモグループ、KDDI、ボーダフォンの3社が純増、ツーカーグループとPHSが純減で推移。

ボーダフォンは純増を維持しているが、純増数の減少が続く。

ツーカーグループは純減が続いているが、改善傾向。

PHSは純減幅が拡大。平成16年12月末に10%のマイナス。

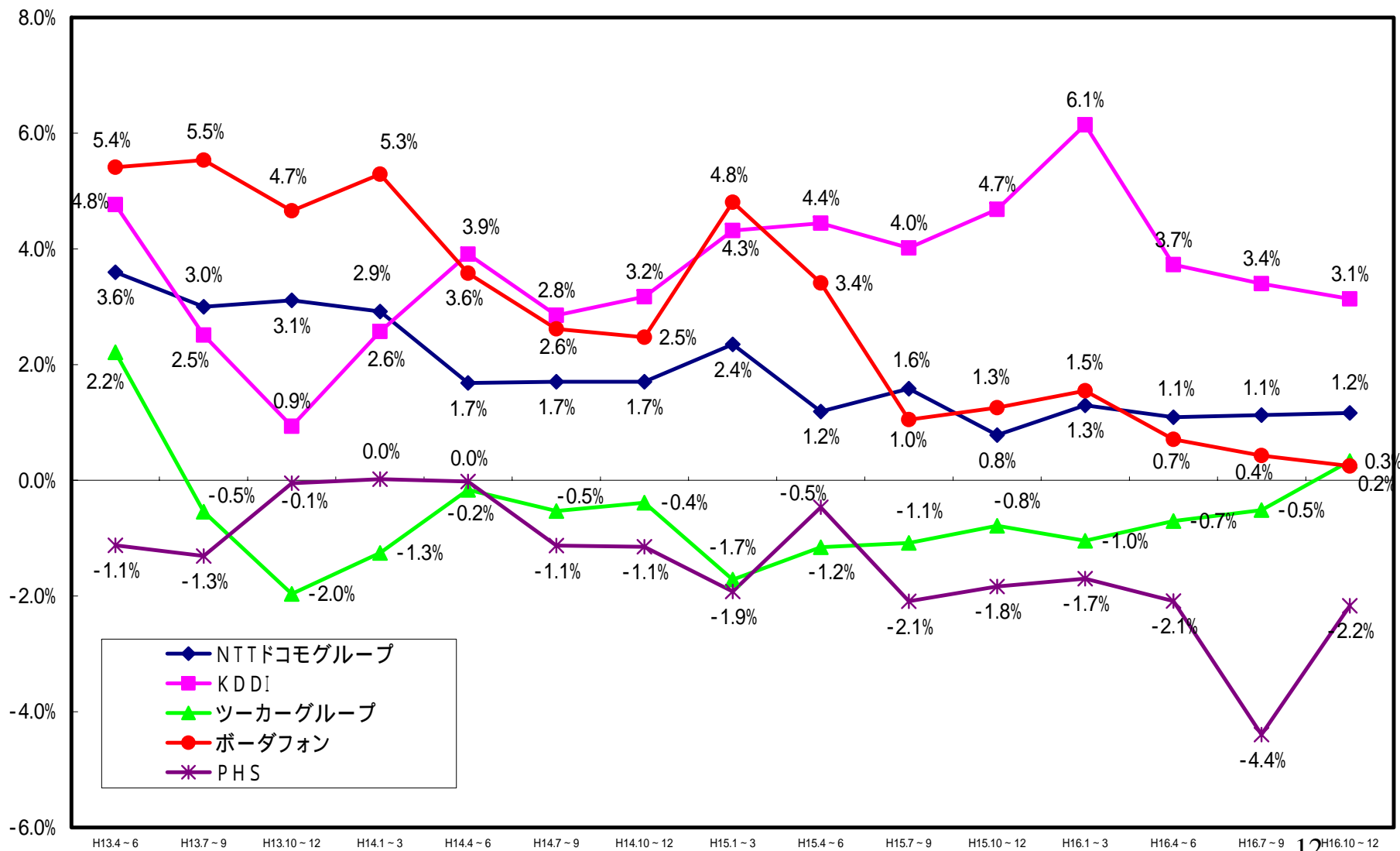


(出所) 総務省及び社団法人電気通信事業者協会資料

8 - 9 携帯電話(2G + 3G)、PHSの契約数の変化率の推移(対前四半期末比)

主要3社は激しく変動。

ツーカーグループは、平成16年10月～12月期に純減から純増に反転。ポータフォンを上回る。同時期PHSも上昇。



(出所) 総務省及び社団法人電気通信事業者協会資料

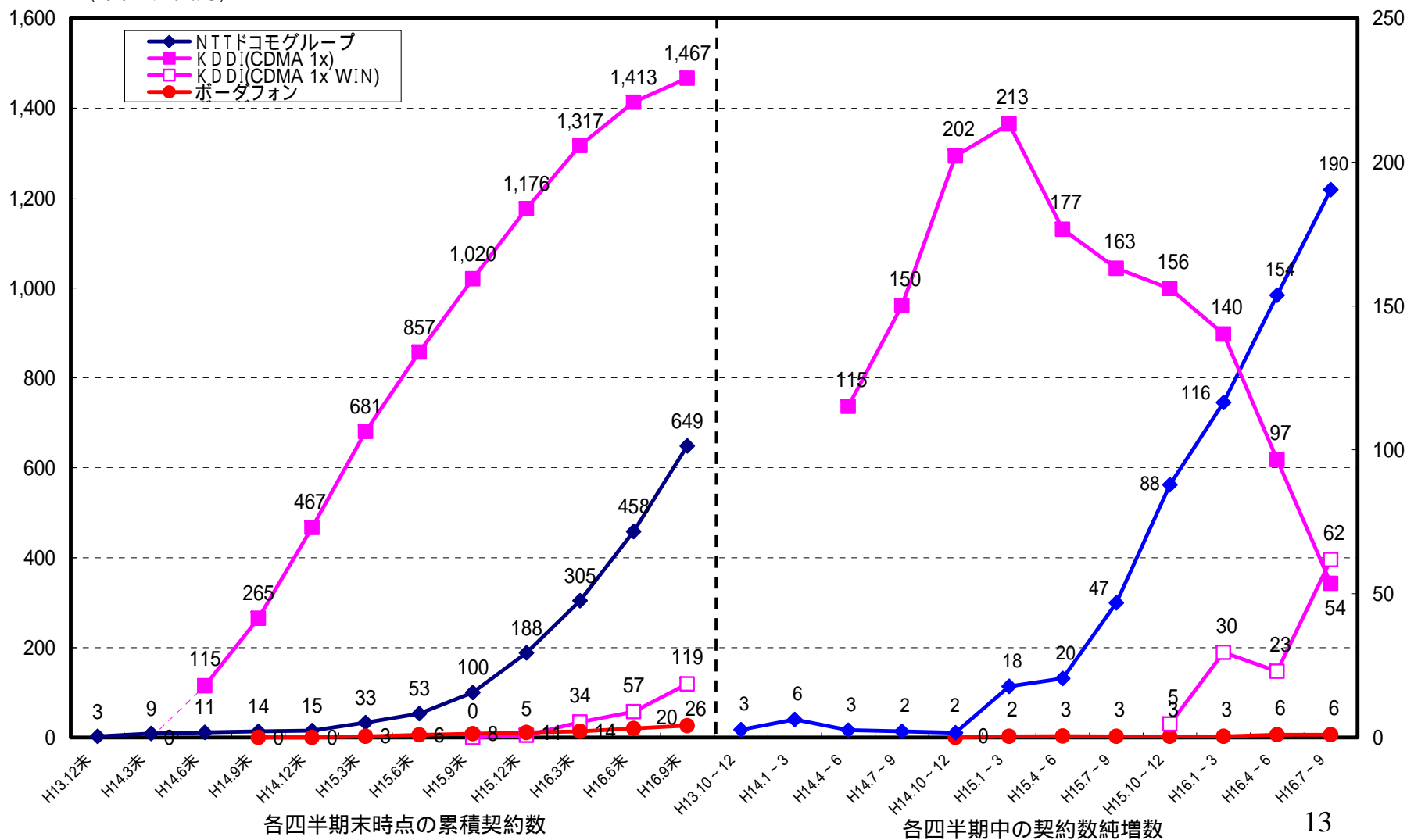
8 - 10 3G携帯電話の事業者別契約数と純増数の推移

3Gは平成13年10月にNTTドコモグループがサービス開始。普及ではKDDIが一気に上昇。

ドコモも平成16年に入ってから加速。

四半期の純増数では、KDDIは2Gから3Gへの移行をほぼ終えて減少。一方、NTTドコモグループが順調に上昇。

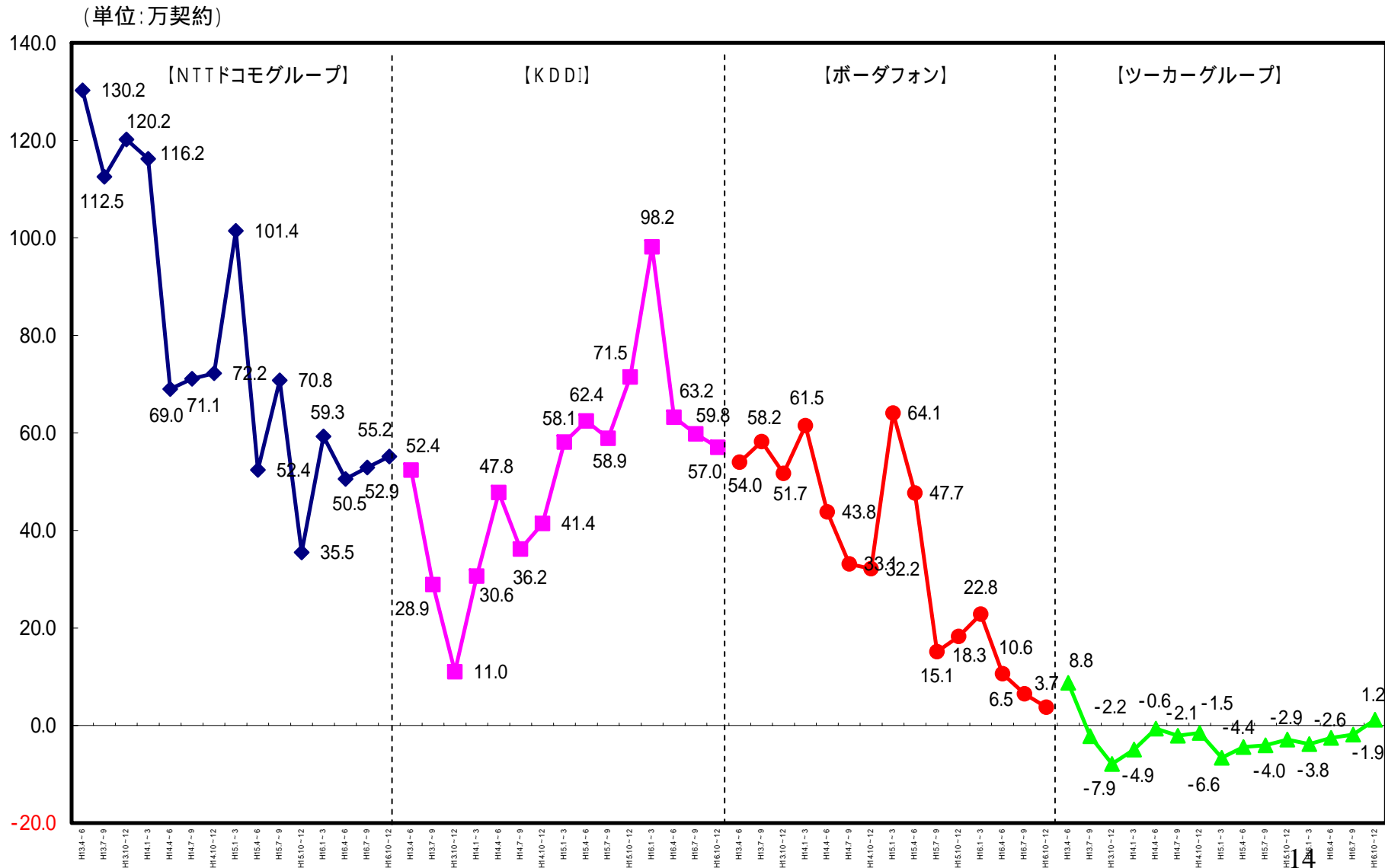
(単位:万契約)



(出所) 総務省及び社団法人電気通信事業者協会資料

8 - 11 NTTドコモ、KDDI、ボーダフォン、ツーカーグループの契約数純増数の推移

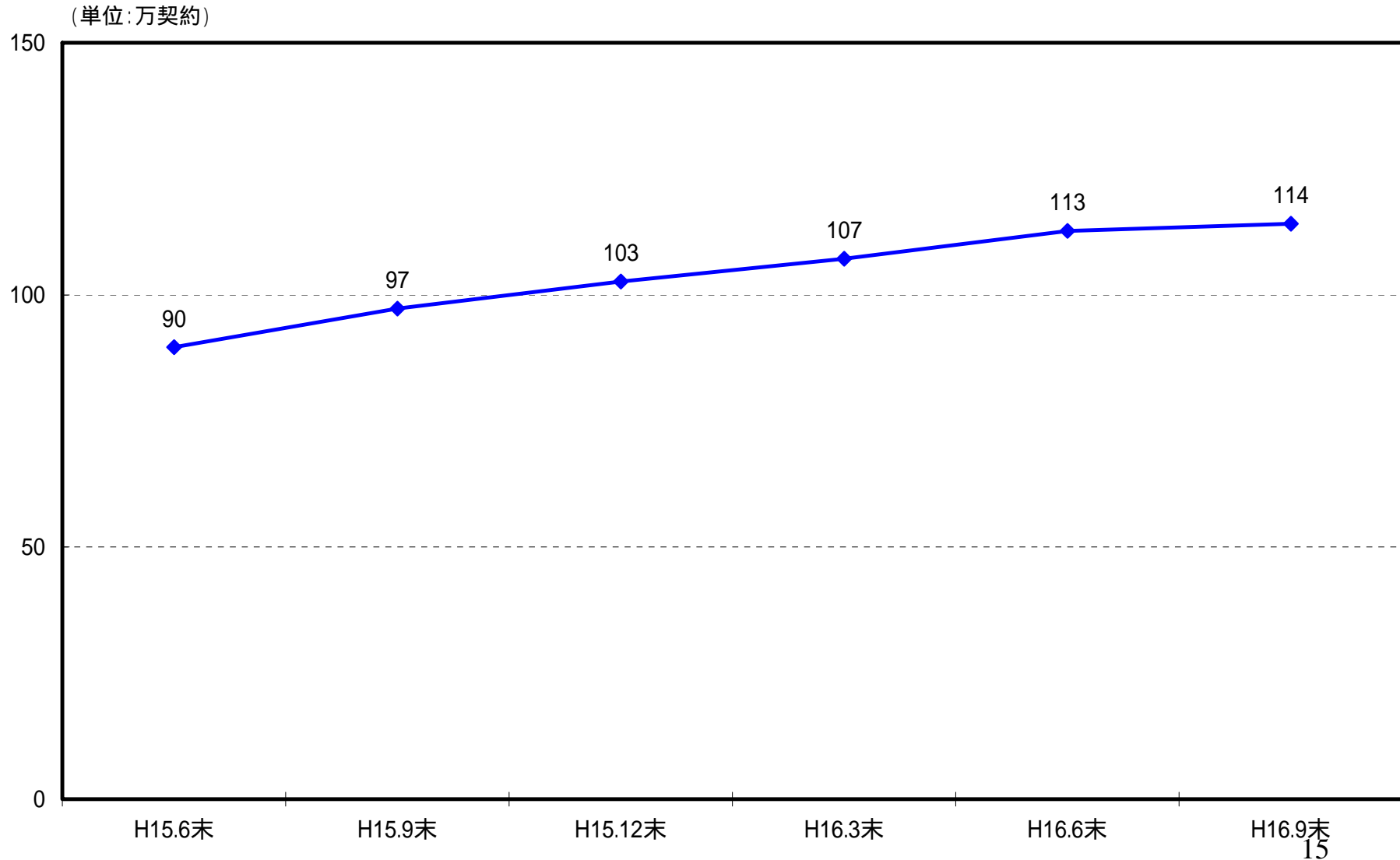
NTTドコモグループ、KDDI、ボーダフォン、ツーカーグループは、それぞれに特徴。



(出所) 総務省及び社団法人電気通信事業者協会資料

8 - 12 PHS (定額制) の契約数の推移

データ通信利用を対象とした定額制メニューの契約数は増加。



(出所) 総務省資料

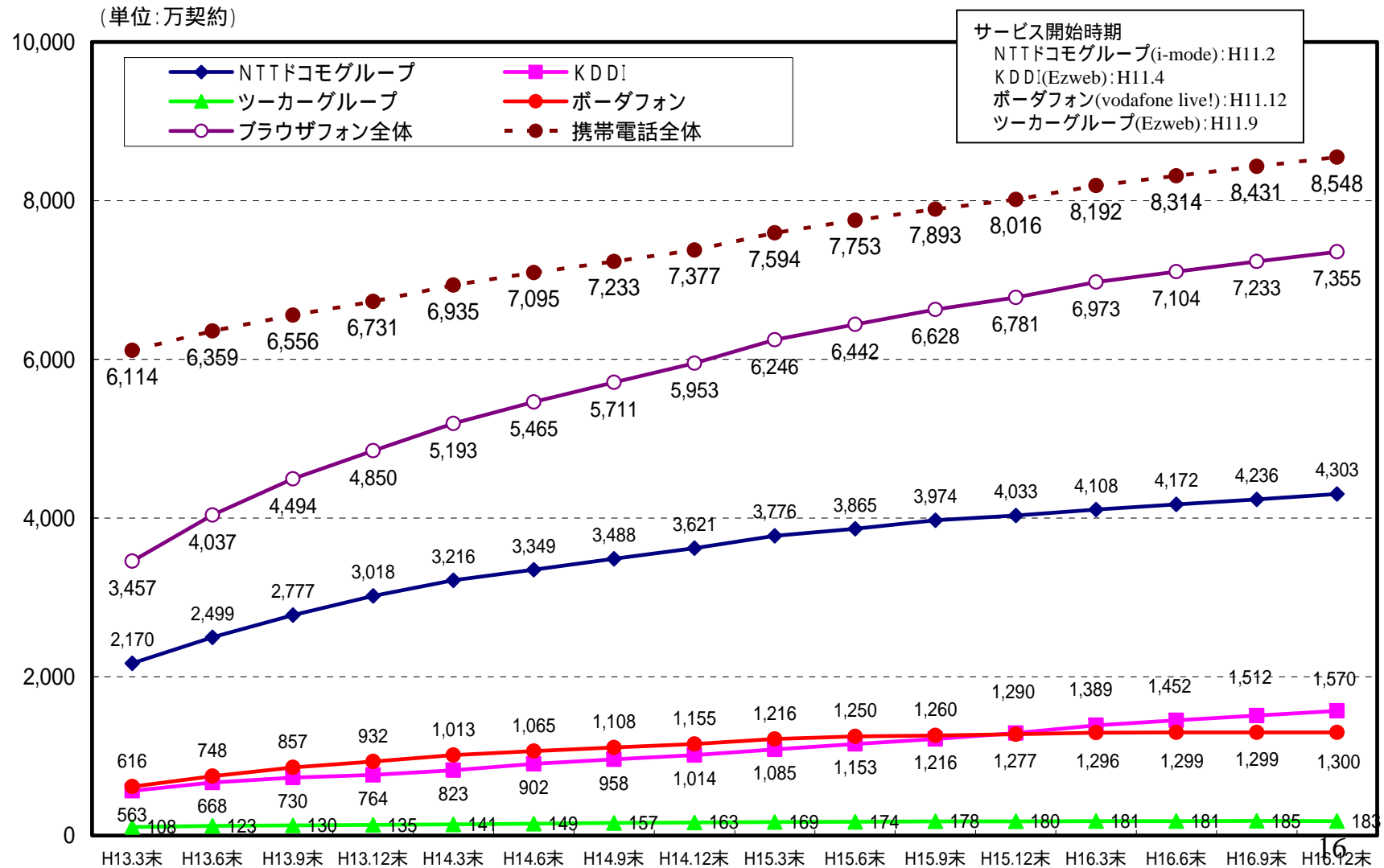
8 - 13 ブラウザフォンサービスの契約数の推移

平成16年12月末で7355万。安定して拡大。

平成16年12月末でブラウザフォンが携帯電話全体に占める比率は86%。

平成11年2月のサービス開始以来、5年10ヶ月で7000万超。

3年前72%、2年前81%、1年前85%と上昇。



(出所)総務省及び社団法人電気通信事業者協会資料

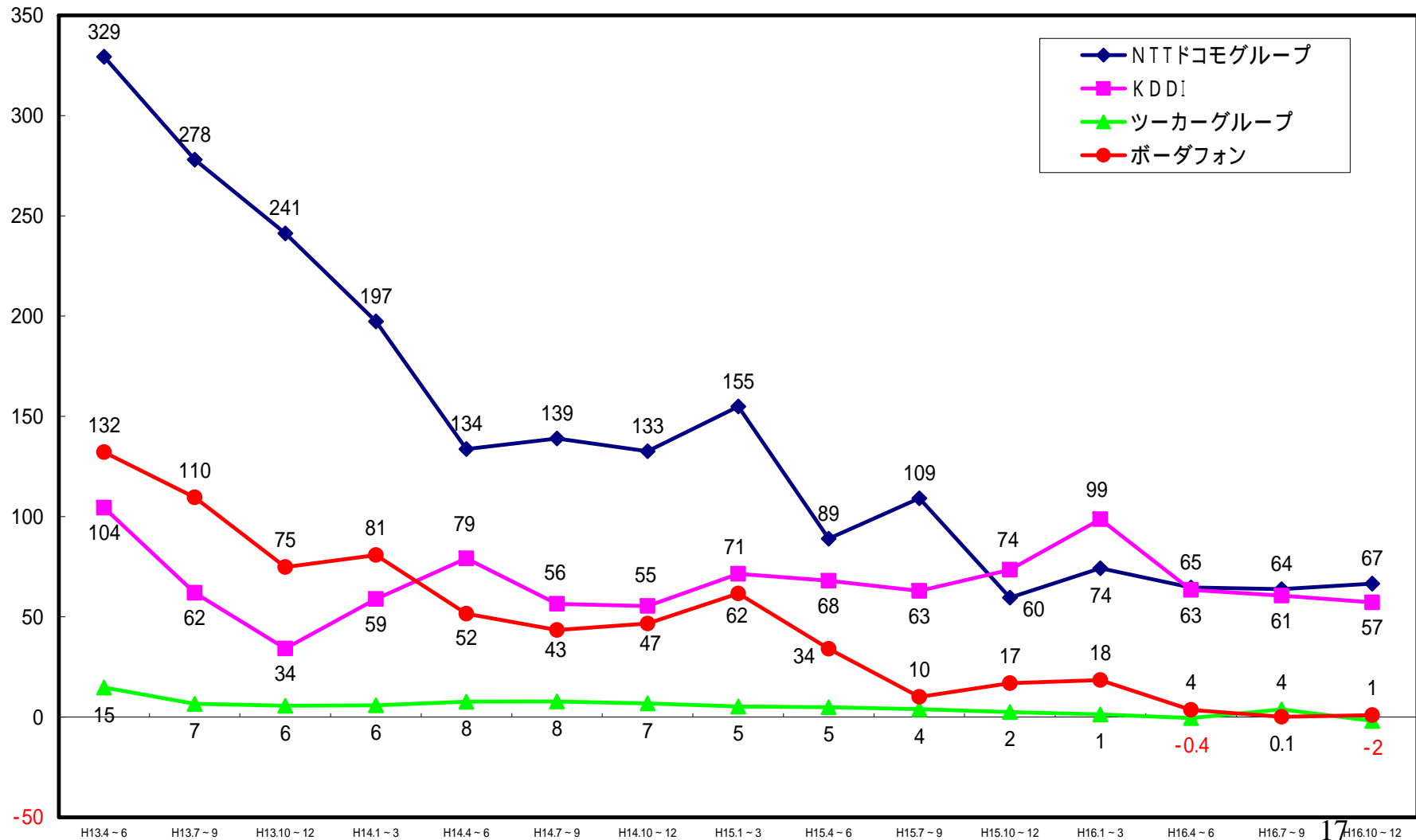
8 - 14 ブラウザフォンサービス契約数純増数の推移

平成16年度以降は、NTTドコモグループがKDDIと二分。

平成13年度の頃はNTTドコモグループが他事業者を大きく上回る状態。

携帯電話利用者への浸透が進むにつれて、NTTドコモグループの純増数は下降。

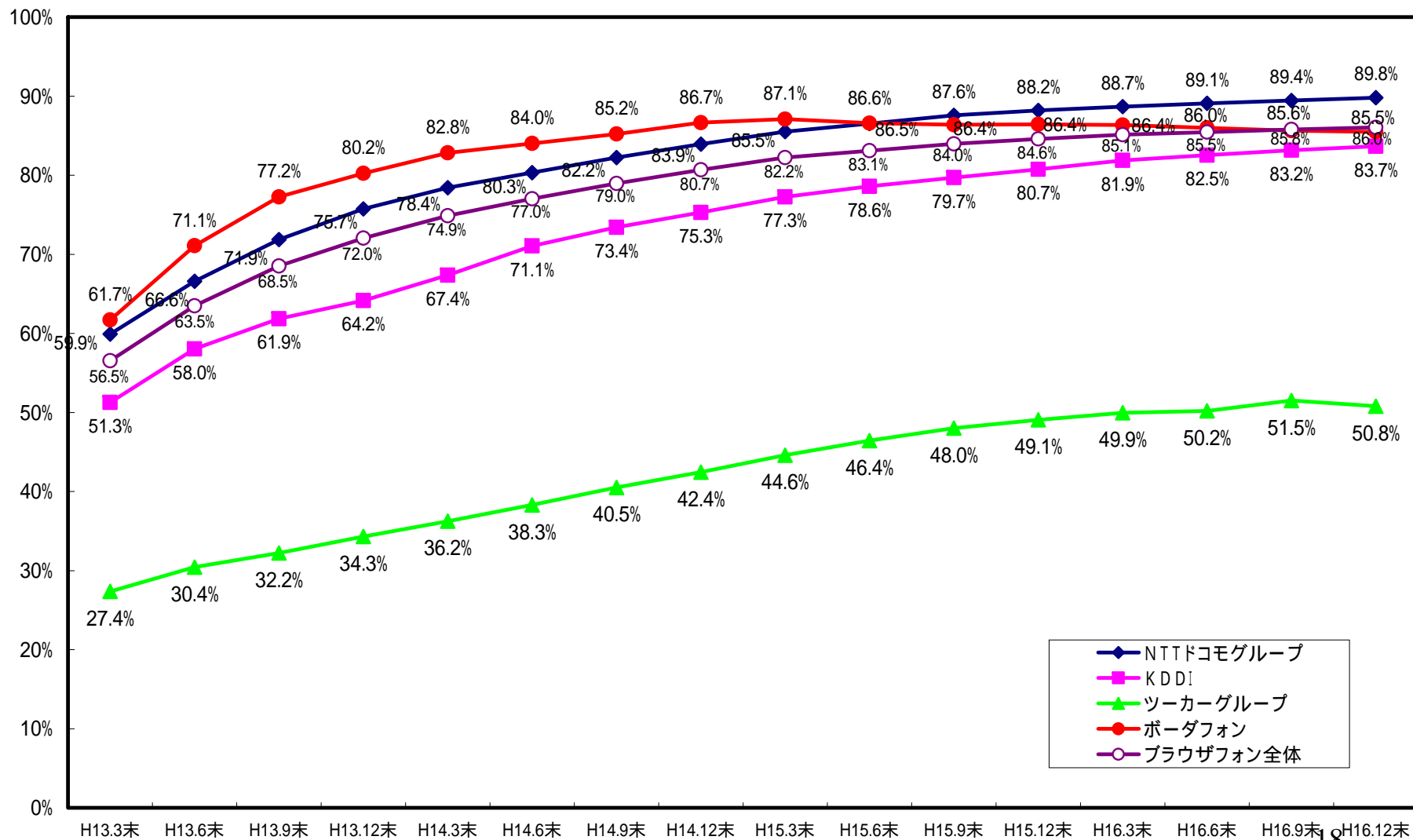
(単位:万契約)



(出所) 総務省及び社団法人電気通信事業者協会資料

8 - 15 携帯電話サービスにおけるブラウザフォンサービスの利用率

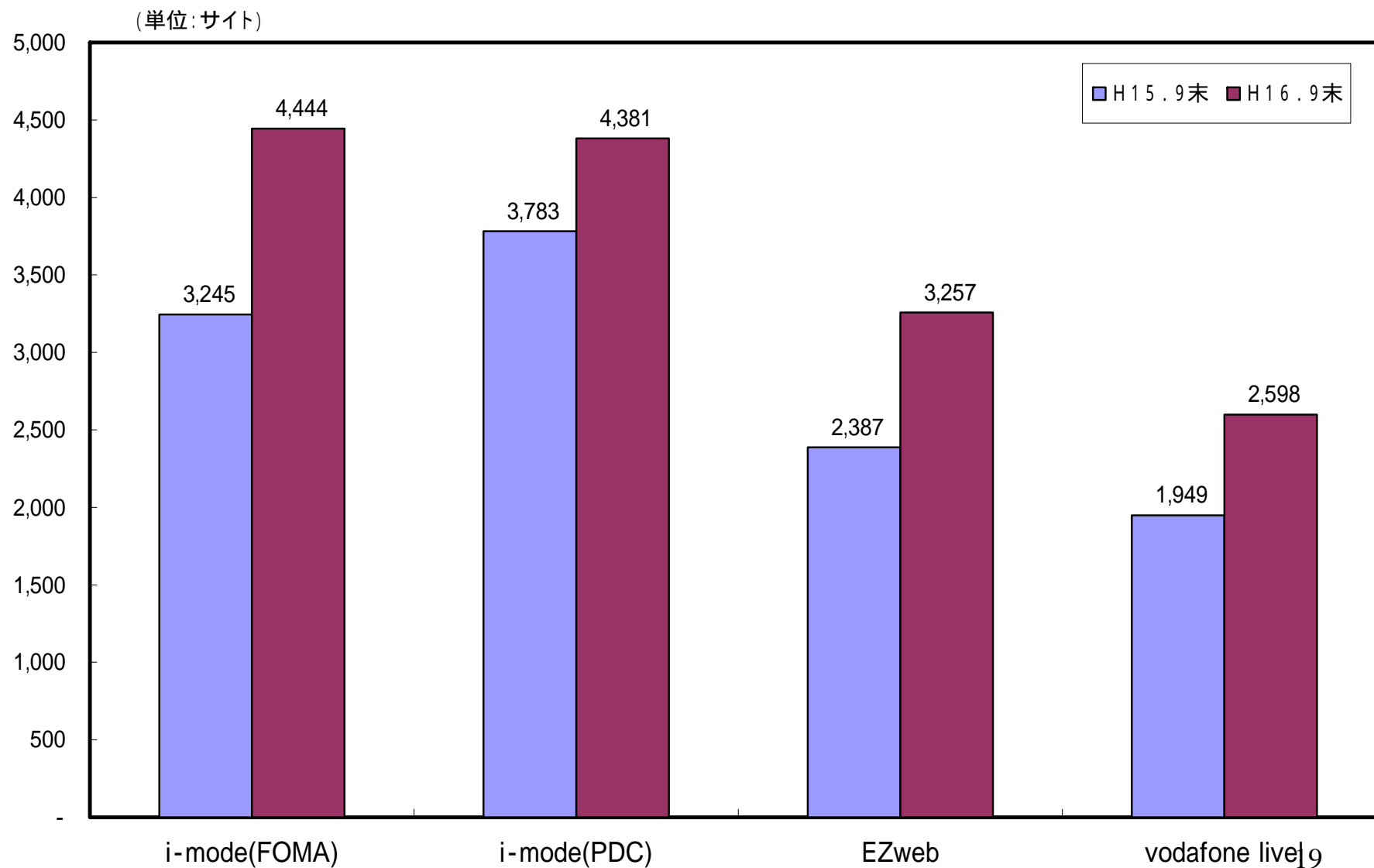
ブラウザフォンサービスの利用率は86%。
 ツーカーグループは50%程度だが、主要3社は80%超。
 ボーダフォンは平成15年6月末以降減少傾向。



(出所) 総務省及び社団法人電気通信事業者協会資料

8 - 16 ブラウザフォンサービスの公式サイト数

公式サイト数は、事業者／サービスによって差異。



(出所) 総務省資料

公衆無線LAN (ポイント)

公衆無線LANの契約数は、7.6万(平成16年9月末)。

- ・一年前に比べ6.5万の純増。
- ・試験サービスを提供している事業者の契約数ははるかに多いが、無料のため集計対象外。

基地局は東京(24%)、大阪(10%)、愛知(6%)などの都市部中心。

- ・平成16年9月末で、全国で7146局。東京1694局、大阪682局、愛知426局。
- ・設置場所で多いのは、宿泊施設(38%)、飲食店(29%)。

(注) 本項(公衆無線LAN)での集計は次の電気通信事業者等の数値により集計している。

契約数

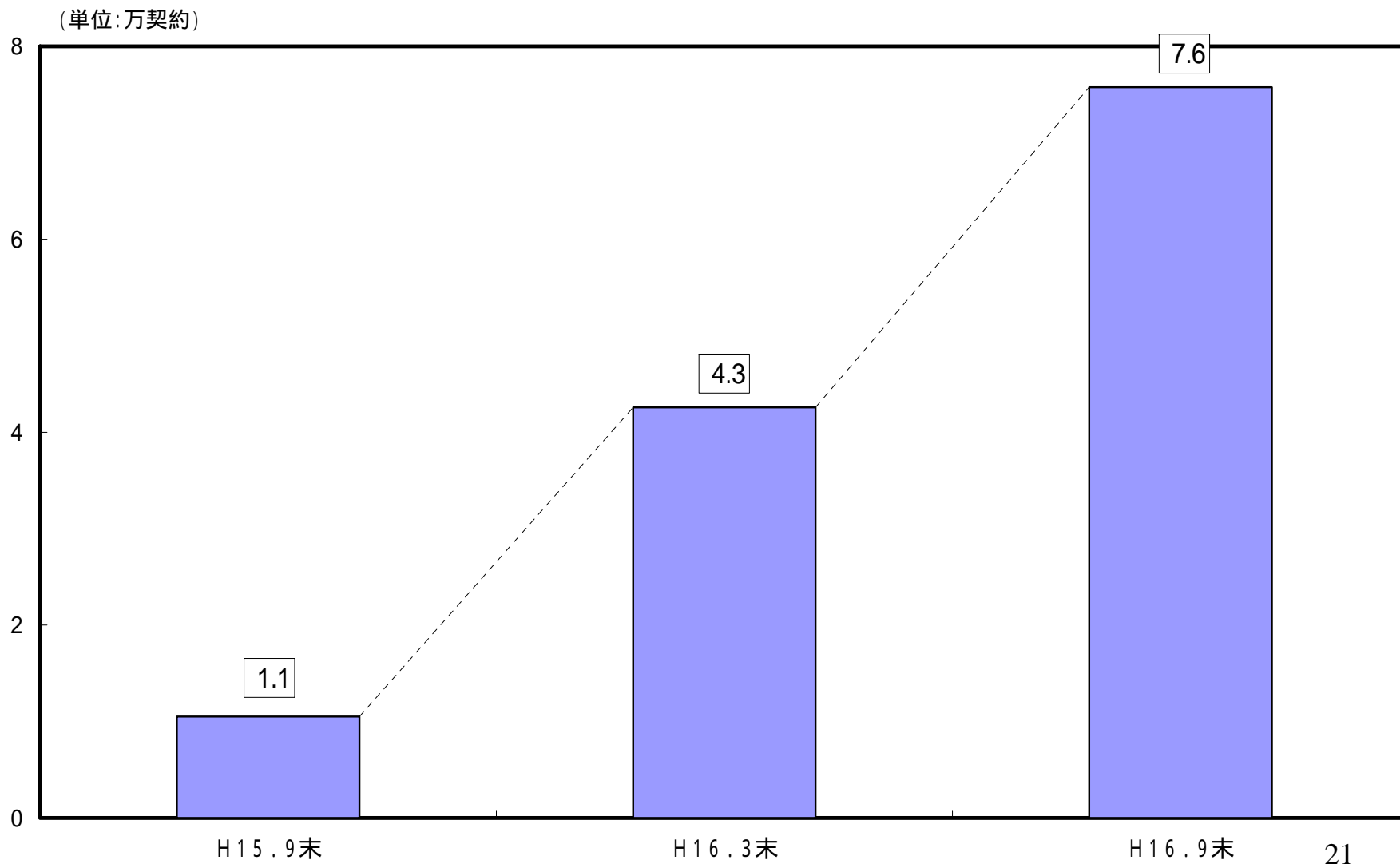
株式会社エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ、株式会社エヌ・ティ・ティドコモ、エヌ・ティ・ティ・ブロードバンドプラットフォーム株式会社、KDDI株式会社、西日本電信電話株式会社、東日本電信電話株式会社
(試験サービスは対象としていない。)

基地局

株式会社エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ、株式会社エヌ・ティ・ティドコモ、エヌ・ティ・ティ・ブロードバンドプラットフォーム株式会社、ソフトバンクBB株式会社、西日本電信電話株式会社、日本テレコム株式会社、東日本電信電話株式会社、FREESPOT協議会

9 - 1 公衆無線LANの契約数の推移

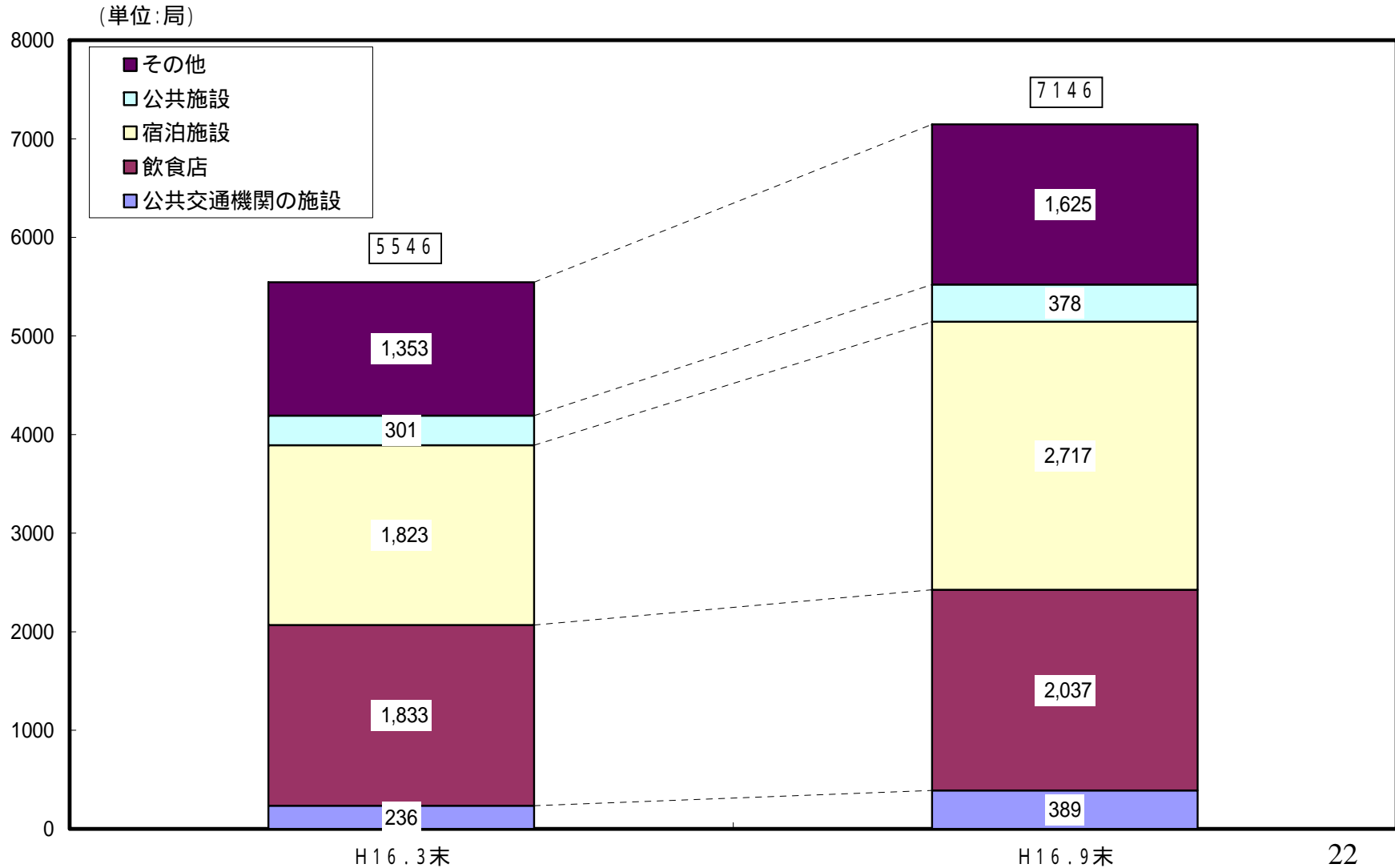
試験サービスとしてではなく、本サービスとして提供している事業者は6社。その契約数合計は7.6万。
試験サービスとして提供している事業者の合計は、把握できているものだけで7.2万。



(出所) 総務省資料

9 - 2 基地局の設置数の推移

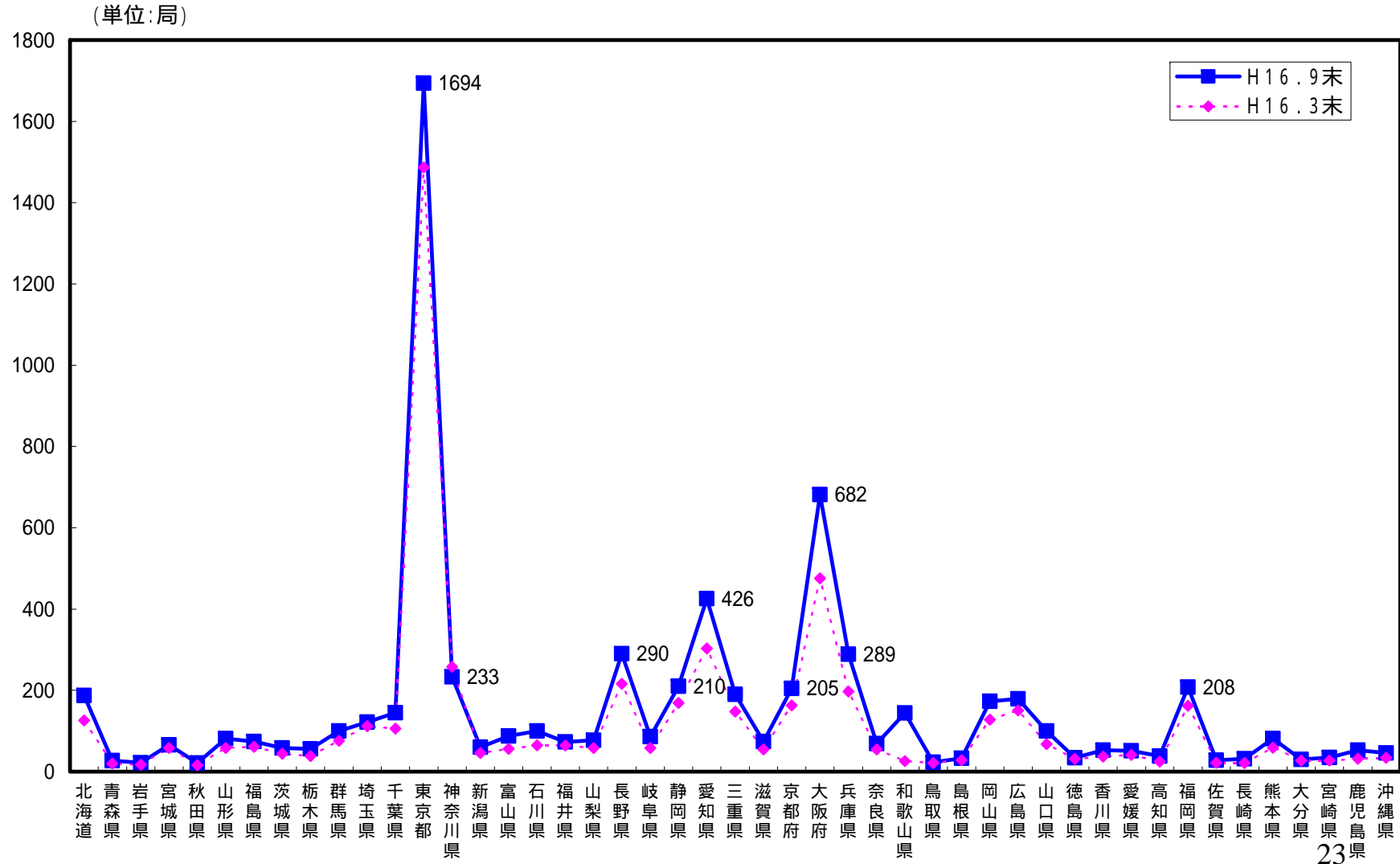
宿泊施設(38%)、飲食店(29%)への設置が多い。
飲食店よりも宿泊施設の伸びが大きい。



(出所)総務省資料

9 - 3 基地局の都道府県別設置数の推移

東京への設置数が最大(24%)。
東京、大阪(10%)、愛知(6%)の3都府県で全体の40%。



(出所)総務省資料

電気通信サービスの**需要**動向調査（平成16年度）

携帯電話・PHS
公衆無線LAN

平成17年2月3日

総務省

需要動向の調査方法

利用者に対するアンケート調査を実施。収集すべき情報は多岐にわたるため、複数の調査方法を併用。

郵送によるアンケート調査(電気通信サービスモニター調査)

携帯電話の利用者などWebを利用しない利用者が一定数存在する場合、Webアンケートを実施するとサンプルにバイアスがかかるおそれがあるため、郵送によるアンケート調査を採用。

Webによるアンケート調査

IP電話の利用者など、現在はWeb利用者が大半を占める場合、他のアンケート方法に比べて所定のサンプル構成に従って所定の有効回答数を比較的短期間に確保できるWebによるアンケート調査を採用。

企業ネットワーク実態調査(総務省/日経コミュニケーション)

企業内ネットワークについては、システム責任者に対する大規模な利用動向調査を民間と共同実施する方法を採用。

今回、「市場の現況」に収録したデータのうち、携帯電話・PHSの需要動向については、公衆無線LANの需要動向については で調査を実施した。

携帯電話・PHS (ポイント)

携帯電話等は自宅でも利用。特にメールで顕著。

- ・自宅からの通話では固定電話を使うが、メールなら自宅でも携帯電話等を利用する傾向。
- ・学生は通話よりもメールに携帯電話等を利用。
- ・メール利用、ウェブ閲覧する年齢差は、通話に比べ顕著。
- ・携帯電話等を利用しないで固定電話のみを利用する者は2割。その逆は1割。

料金は「高い」の意見が6割。

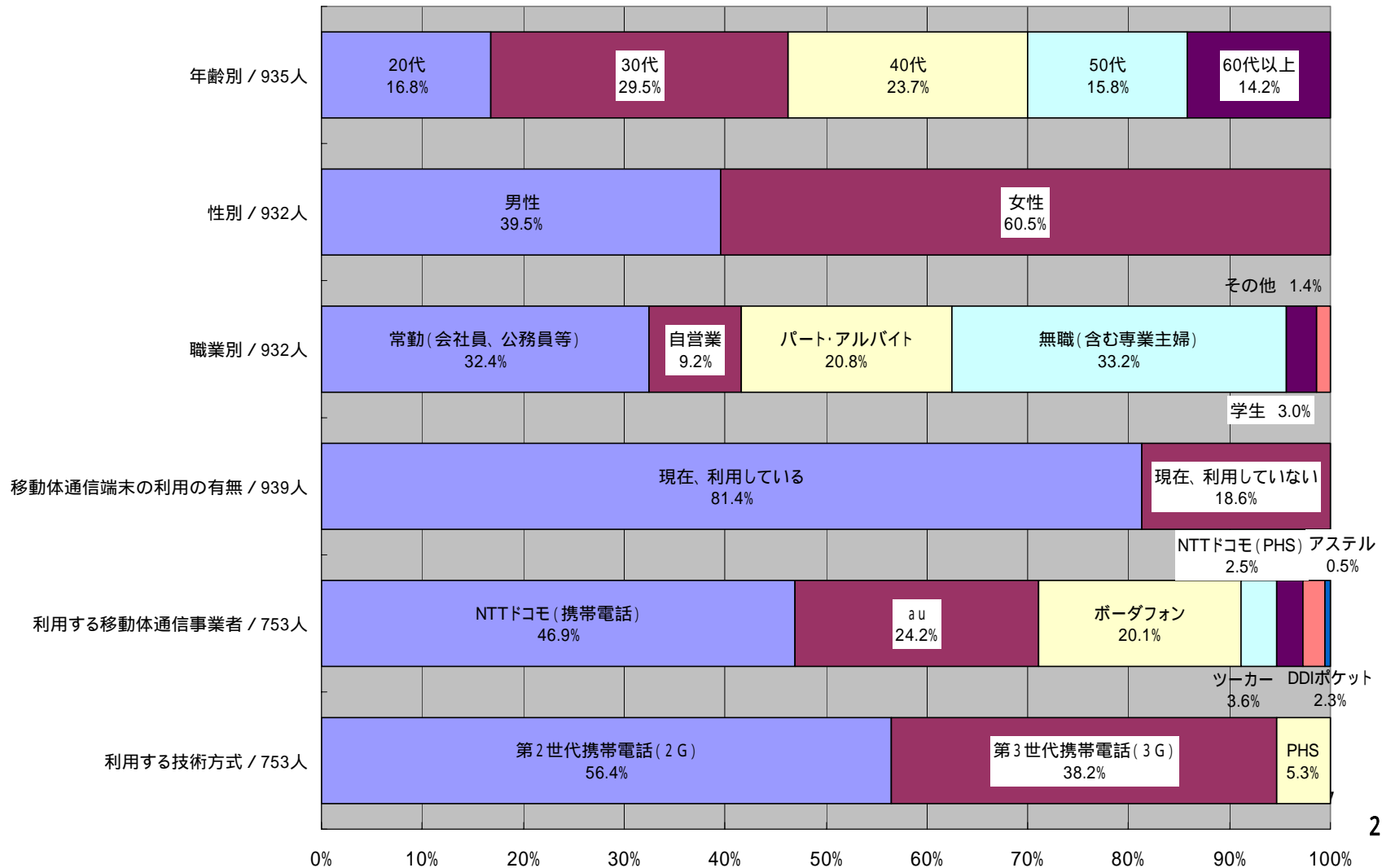
- ・携帯電話と比較してPHSに割安感。PHSに限れば「高い」は4割に低下。
- ・「料金面」が一番不満とする者は44%。56%が「料金面」以外の「機能面」、「操作性」、「顧客対応」等が一番不満と回答。
- ・事業者選択時の重視点は「エリアの広範さ」が一番。今後の一番の重視点は「料金」。
- ・固定発携帯着の通話での事業者特定番号を付加しているのは3割。
- ・固定発携帯着の通話料の事業者による違いを知っているのは2/3。

現在の事業者の変更を望むのは1/4

- ・事業者変更経験者は4割。20代に多い。
- ・電話番号・メールアドレスが変わるから変更を望まないという者は2割。

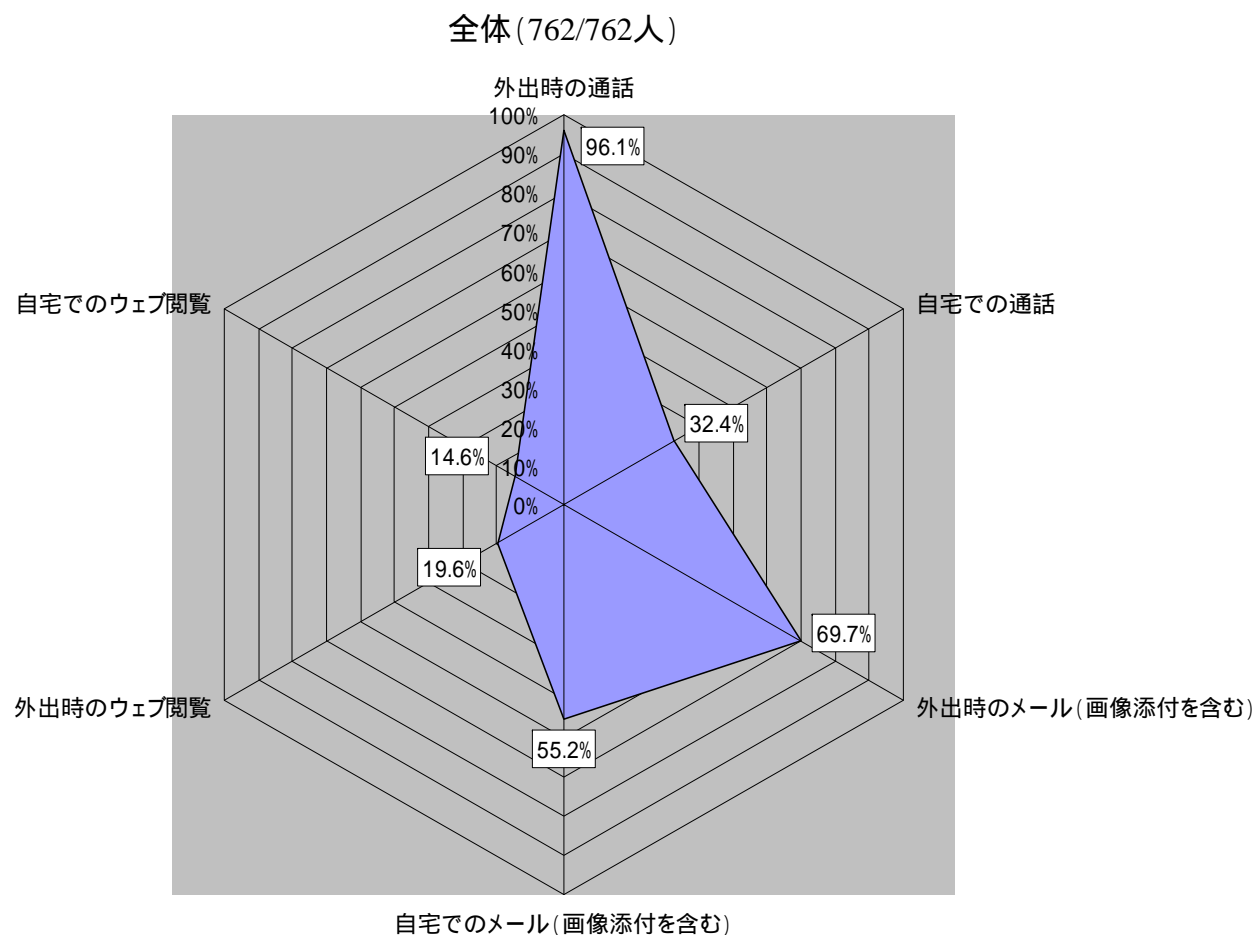
携帯電話・PHSに関するアンケート調査のサンプル属性

調査概要: 総務省が毎年実施している「電気通信サービスモニターに対する調査」を利用
 調査対象: 個人利用者1,000名(各総合通信局等にて電気通信サービスモニターとして電気通信サービスに関心のある20歳以上の男女を募集。)
 調査方法: 郵送によるアンケート調査
 調査期間: 2004年9月7日～9月30日
 最終有効回答数: 940名(94.0%)



3 - 1 利用目的と利用場面 (複数回答) - 全体 -

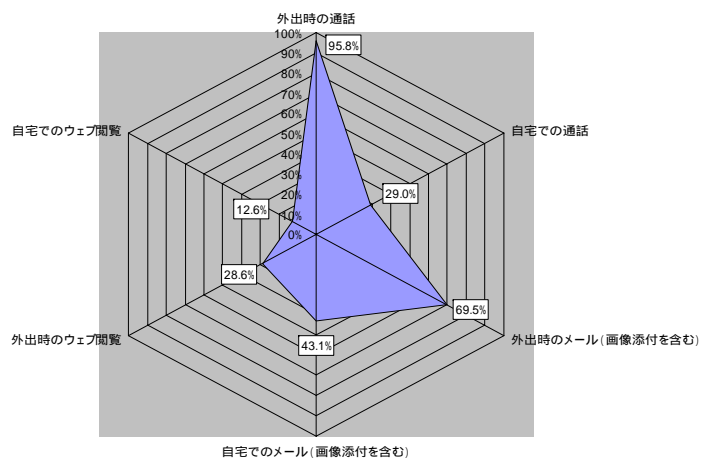
携帯電話等は自宅でも利用されている。回答者の1/3(32%)が利用。
メールは外出時(70%)と自宅(55%)の差が通話の場合に比べて小さい。
携帯電話等は自宅でも利用(1/3)。メールの自宅利用は一層高い(55%)。
ウェブ利用は外出時、自宅ともメール利用を大きく下回る(20%未満)。



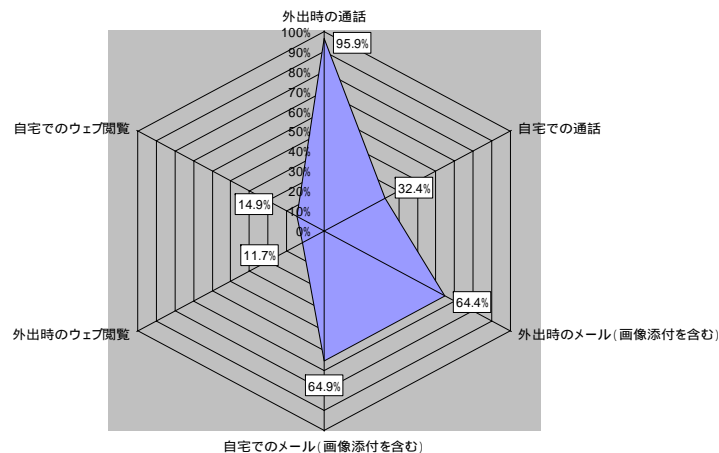
3 - 2 利用目的と利用場面 (複数回答) - 職業別 -

学生回答者は外出時に通話よりもメールをよく利用。
 学生だけは外出時の通話(88%)を外出時のメール(92%)が上回る。
 学生は自宅での利用も通話(60%)をメール(72%)が上回る。
 学生を除けば外出時は通話利用が中心(95~98%)。

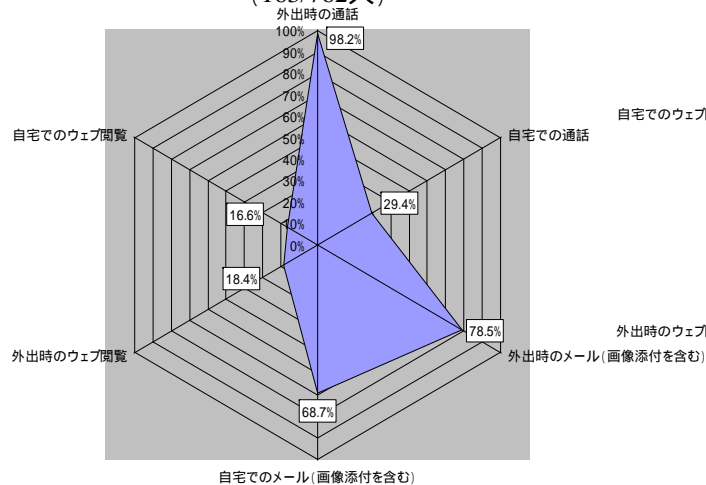
常勤(会社員・公務員等)
(262/762人)



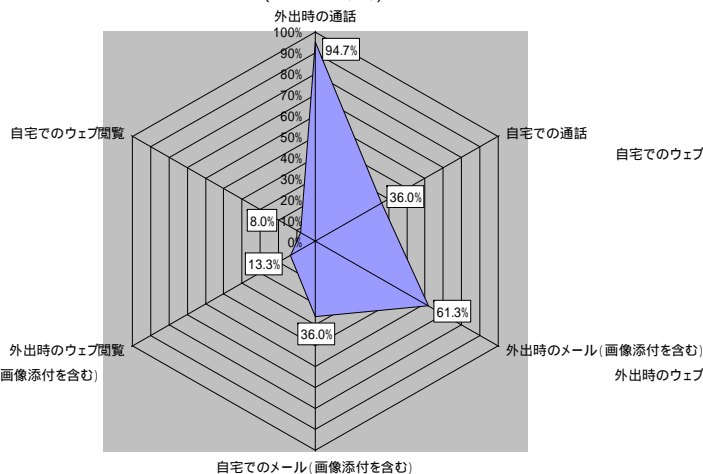
無職(含む専業主婦)
(222/762人)



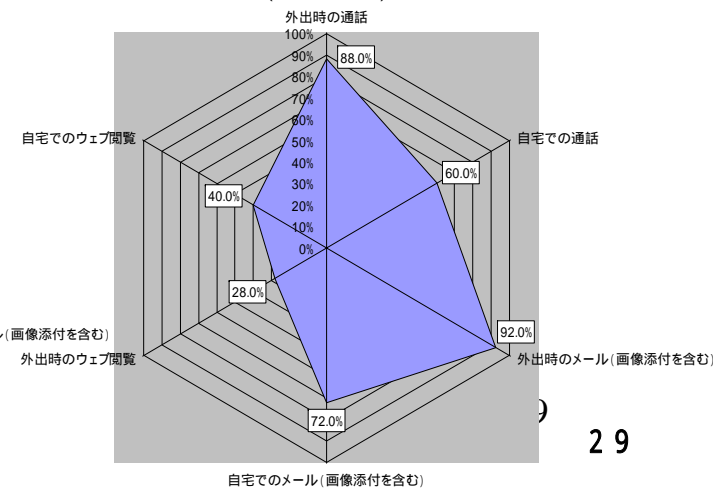
パート・アルバイト・フリーター
(163/762人)



自営業・自由業
(75/762人)



学生
(25/762人)

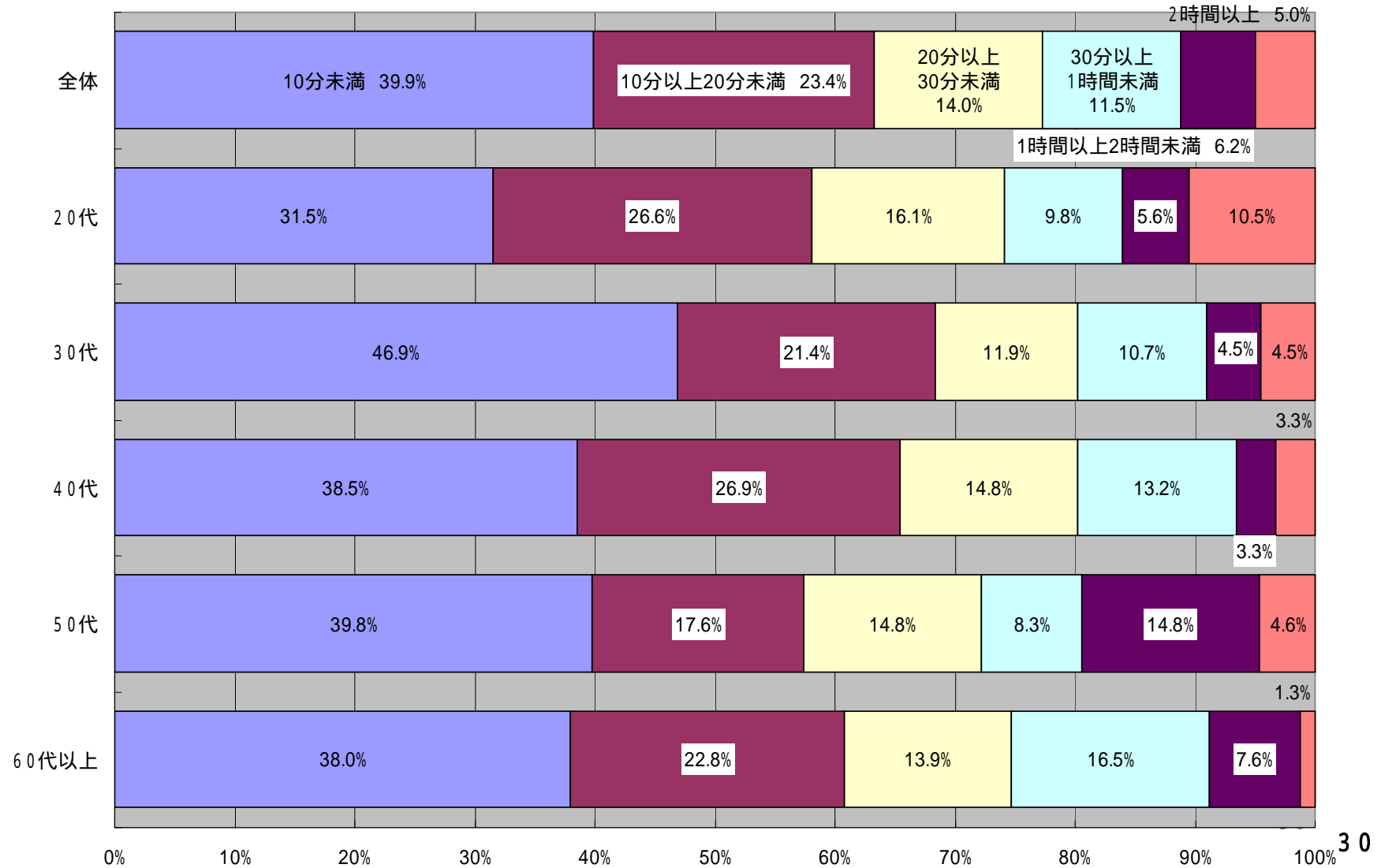


3 - 3 「通話」利用時間 / 1週間(単一回答)

通話時間の年齢差は少ない。

10分未満の利用が40%。他方、30分以上は1/4(23%)。

20代と50代が「長電話」。

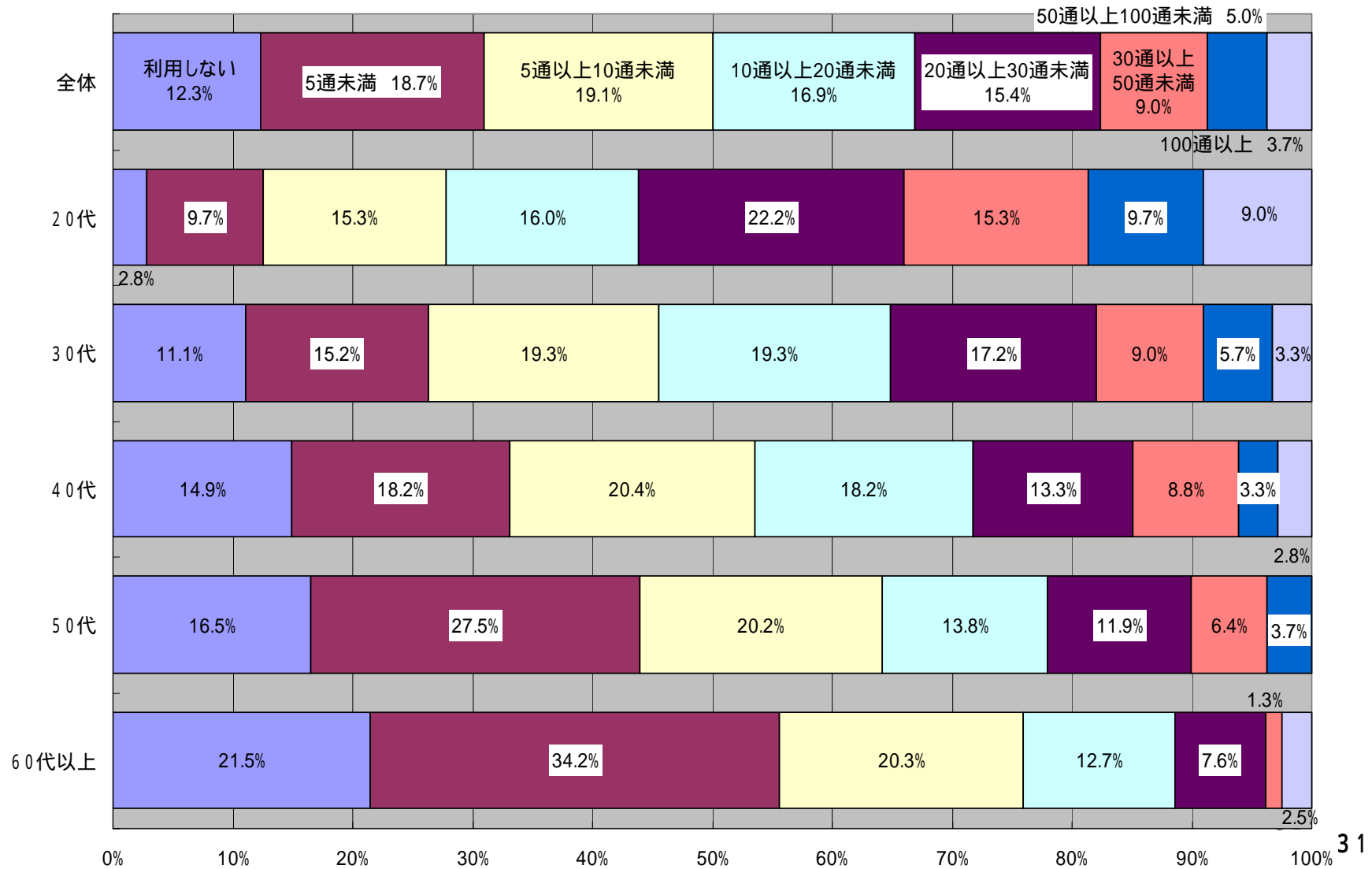


3 - 4 「メール」利用回数 / 1週間(単一回答)

メール利用には顕著な年齢差が存在。

そもそも「利用しない」は12%。若年層ほどその比率は低く、60代で22%、20代は3%。

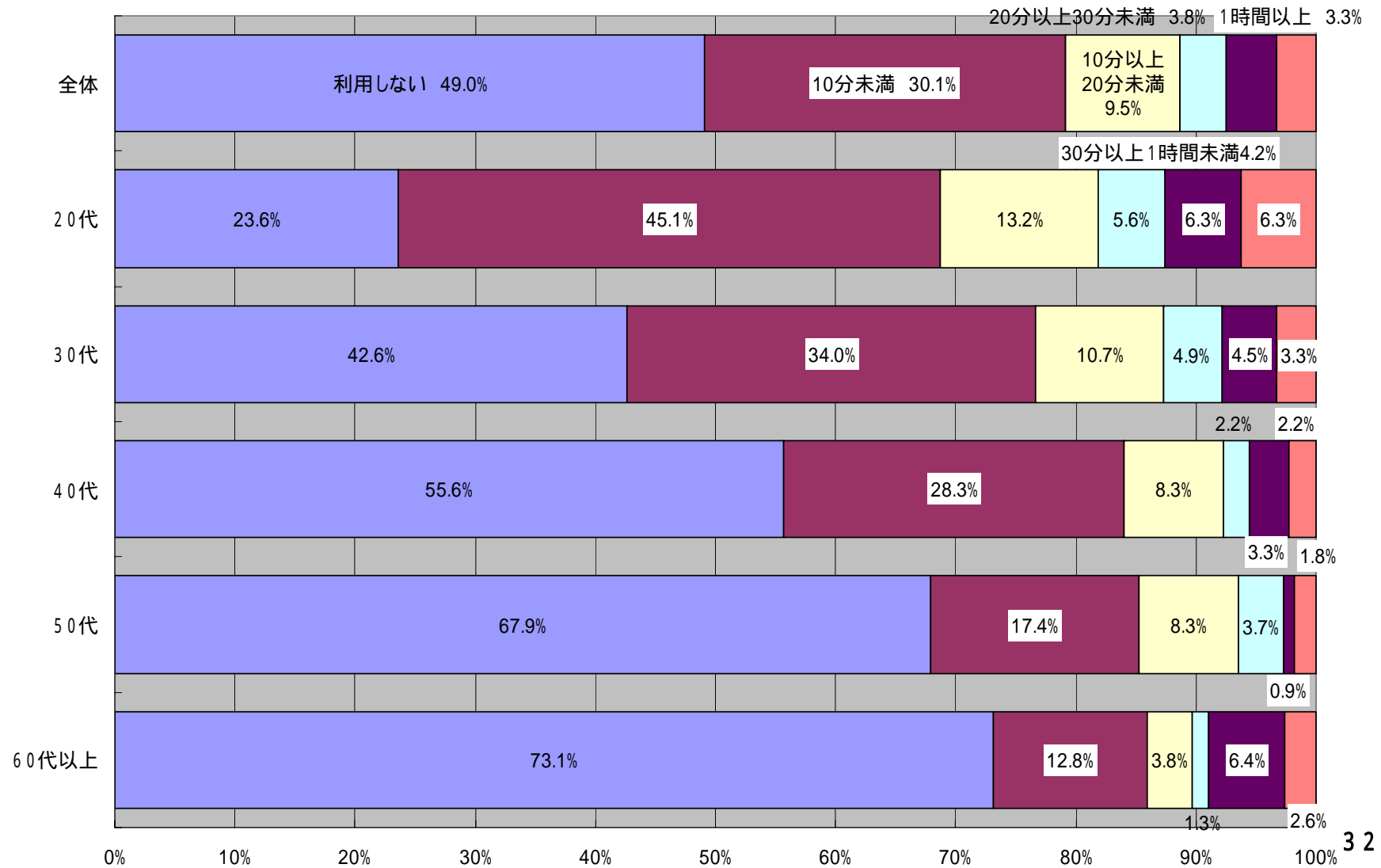
「20通以上」は33%。60代で11%、20代は56%。



3 - 5 「ウェブ閲覧」利用時間 / 1週間(単一回答)

「利用しない」は約半分。

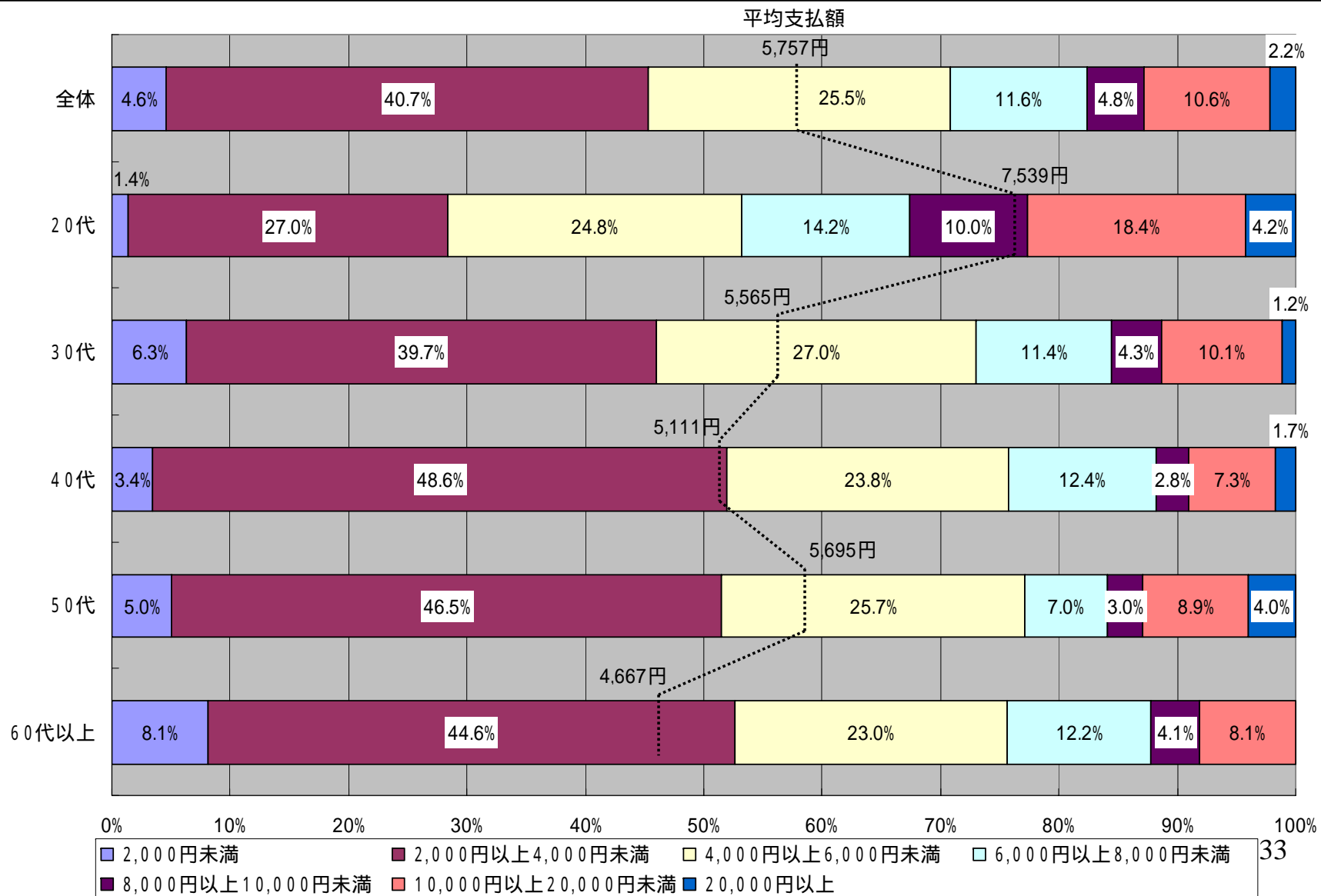
「利用しない」に「10分未満」を加えると79%。
年齢差が大きく、60代で27%、20代は76%。



3 - 6 月額支払料金の水準 (単一回答)

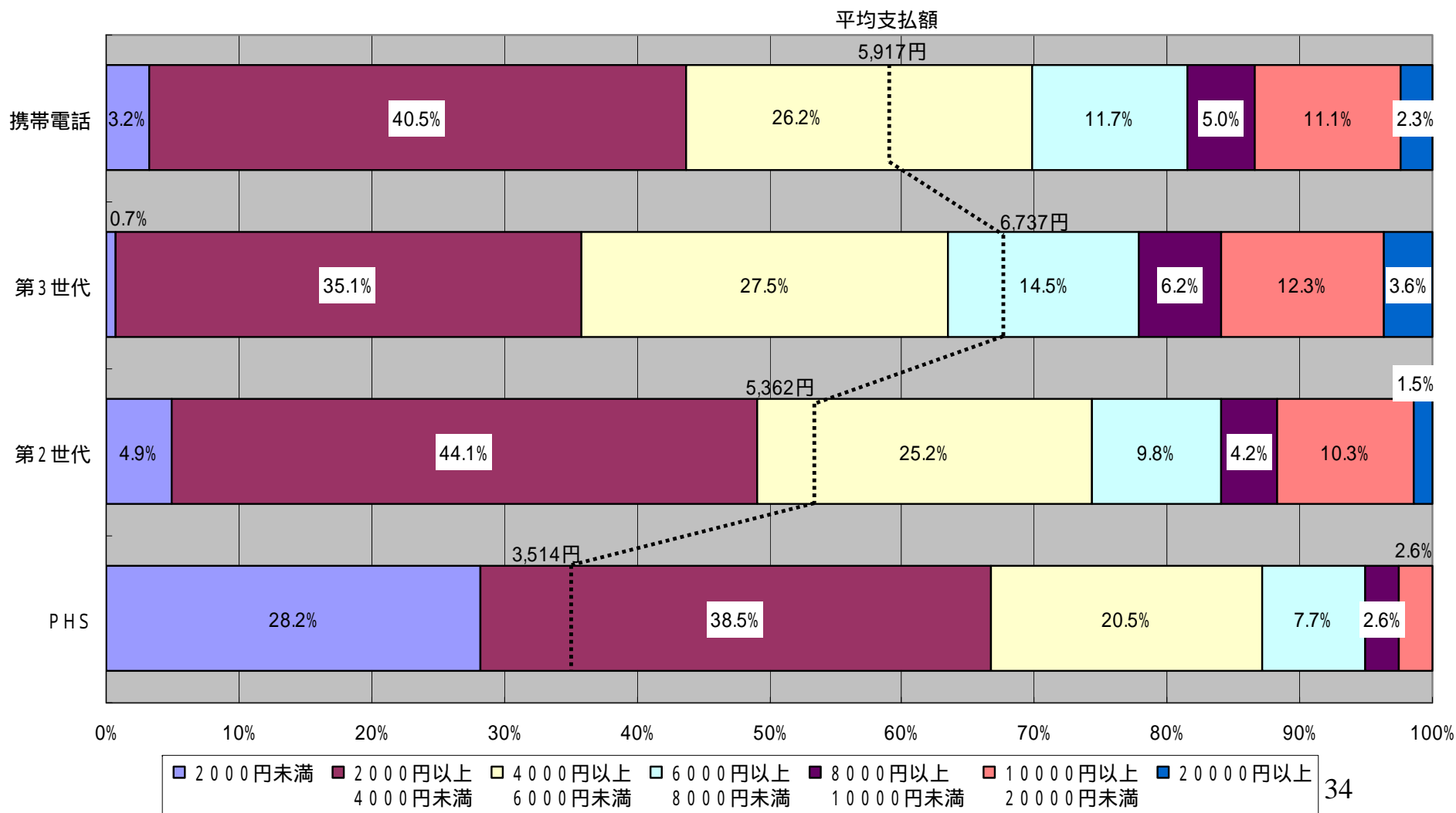
月額1万円以上は回答者の1割を超える(13%)。

20代(23%)が突出し、次は50代(13%)。



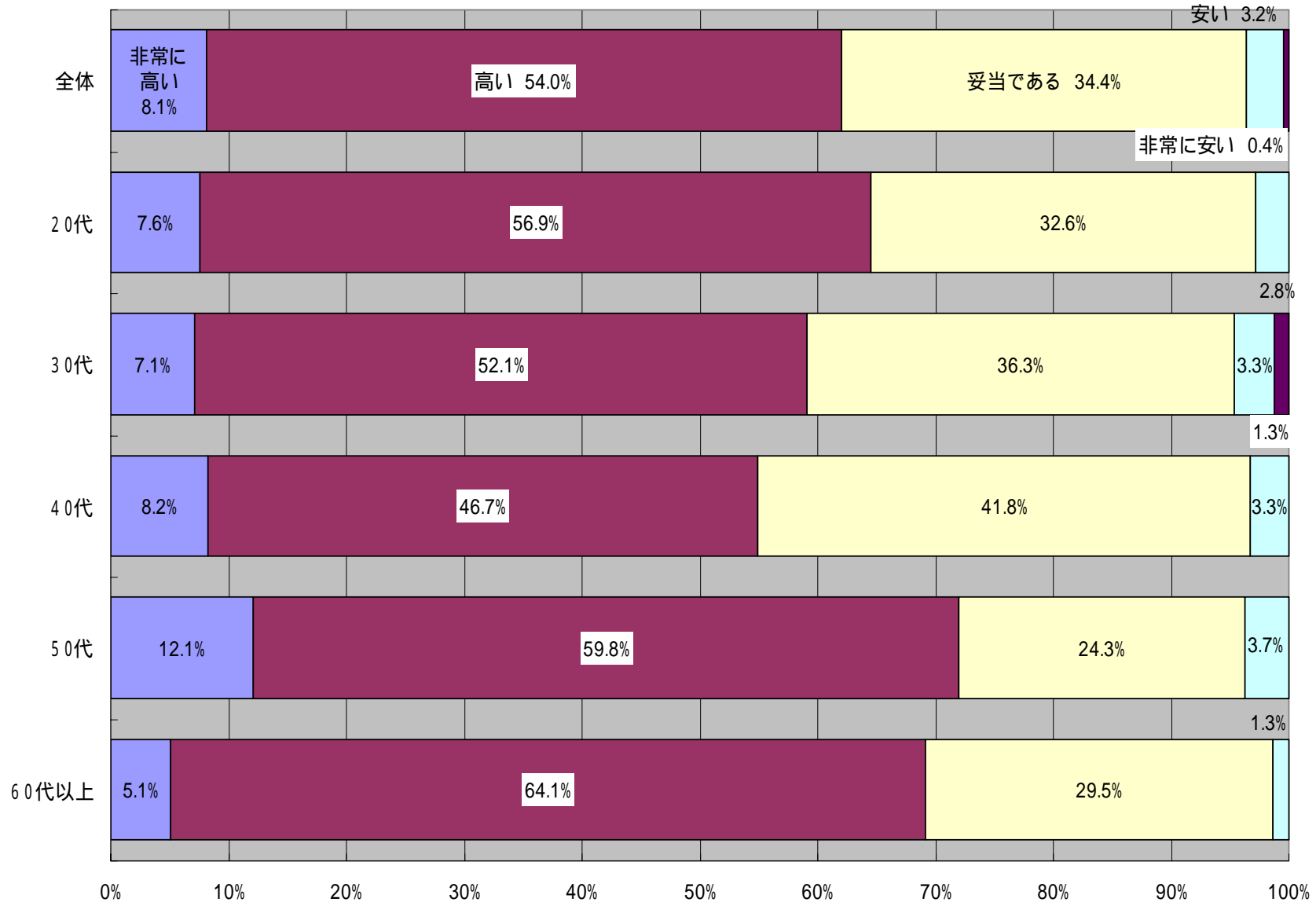
3 - 7 月額支払料金の水準 (単一回答) - 技術方式別 -

携帯とPHSの差は歴然。2,000円未満はPHS(28%)、携帯電話(3%)。
2Gと3Gの回答者比較では3Gの支払額が1,000円以上大きい。



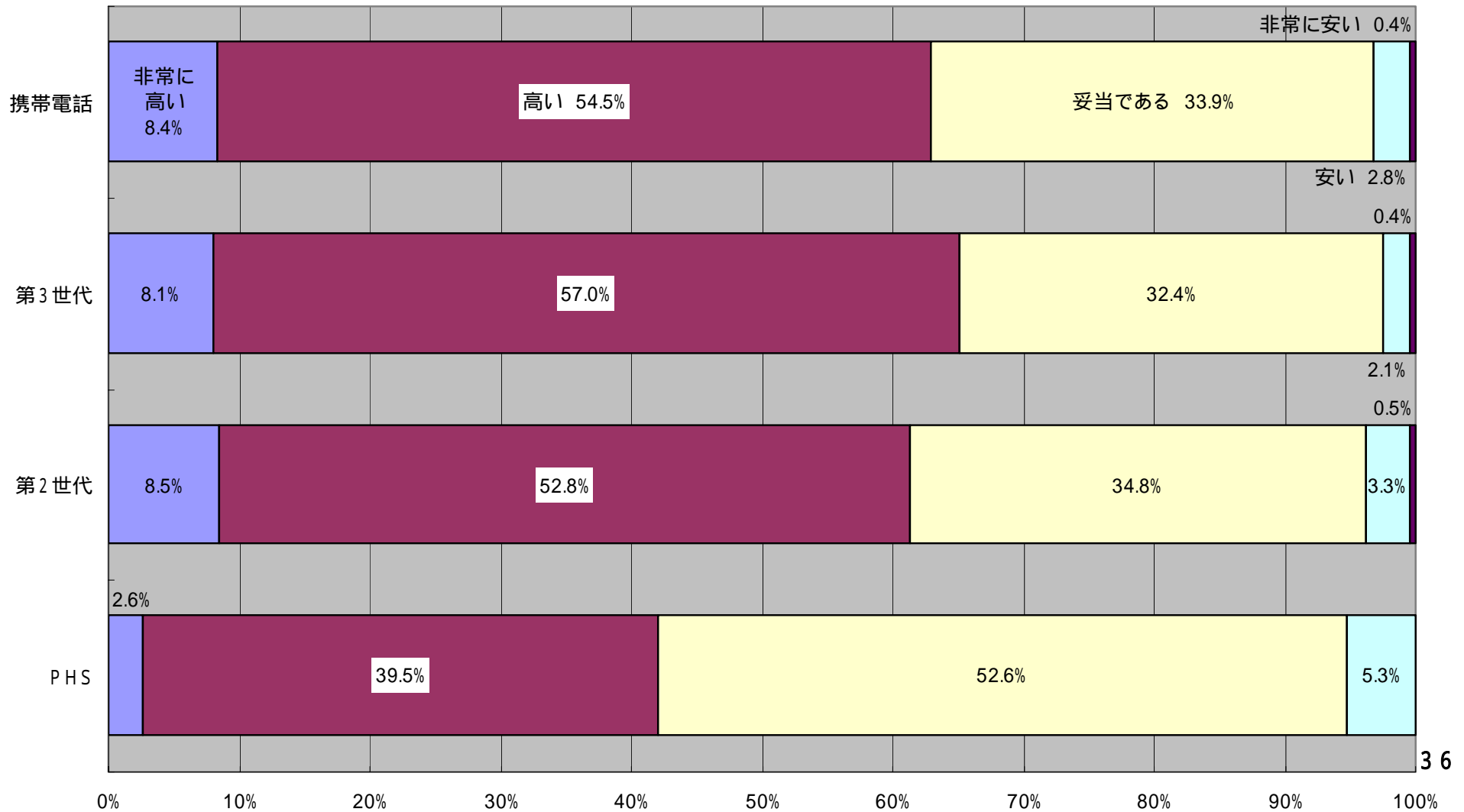
3 - 8 料金水準への評価 (単一回答)

「非常に高い」、「高い」を併せると6割超(62%)。「高い」の占める比率が高く過半(54%)。
50代の回答者に割高感。次が20代。50代も20代も月額支払料金の高い世代。



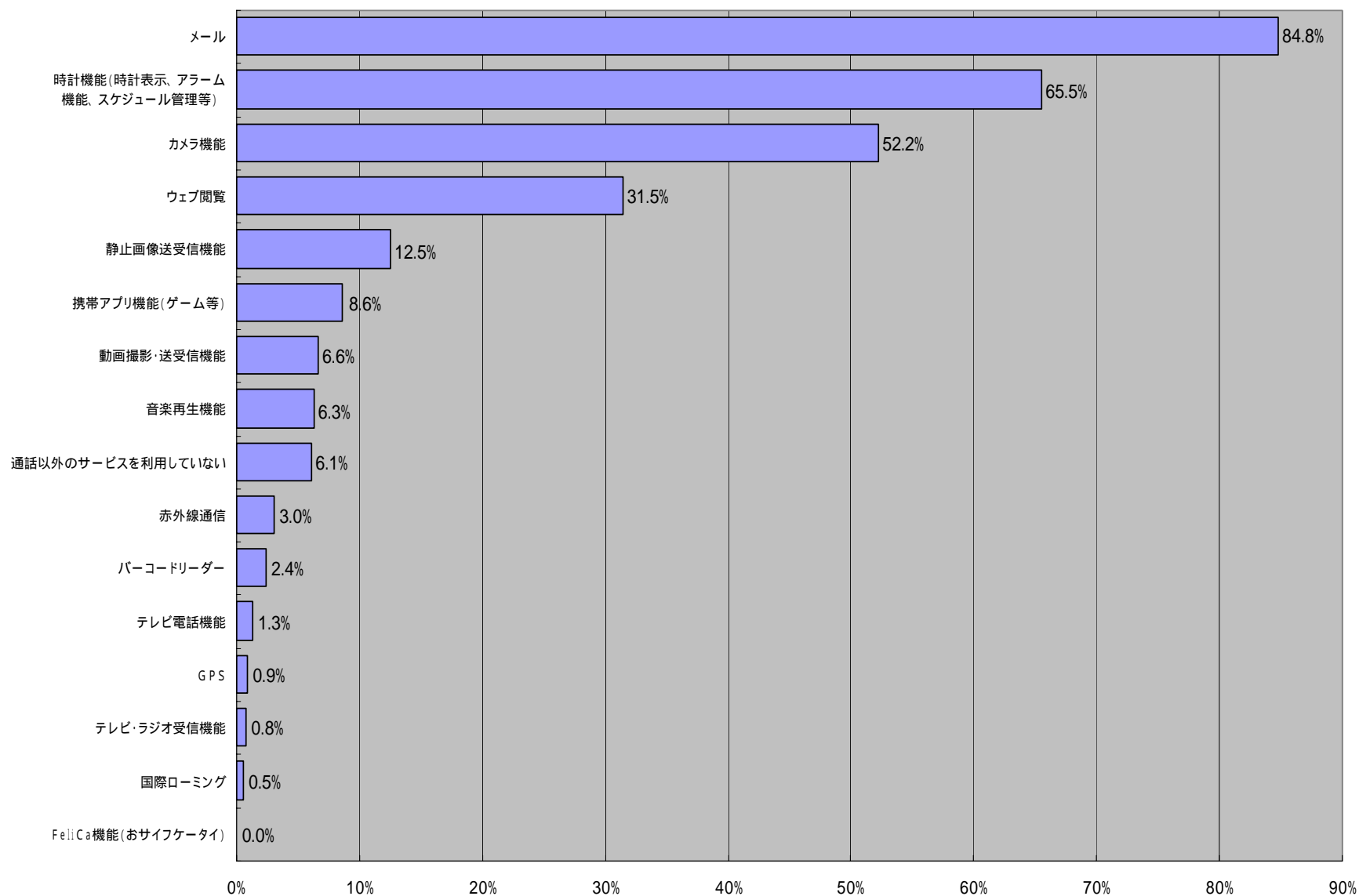
3 - 9 料金水準への評価 (単一回答) - 技術方式別 -

「妥当」、「安い」はPHSが6割(59%)なのに対し、携帯電話は4割(37%)。
3Gと2Gの間には月額支払料金の違いほどの差は現れていない。



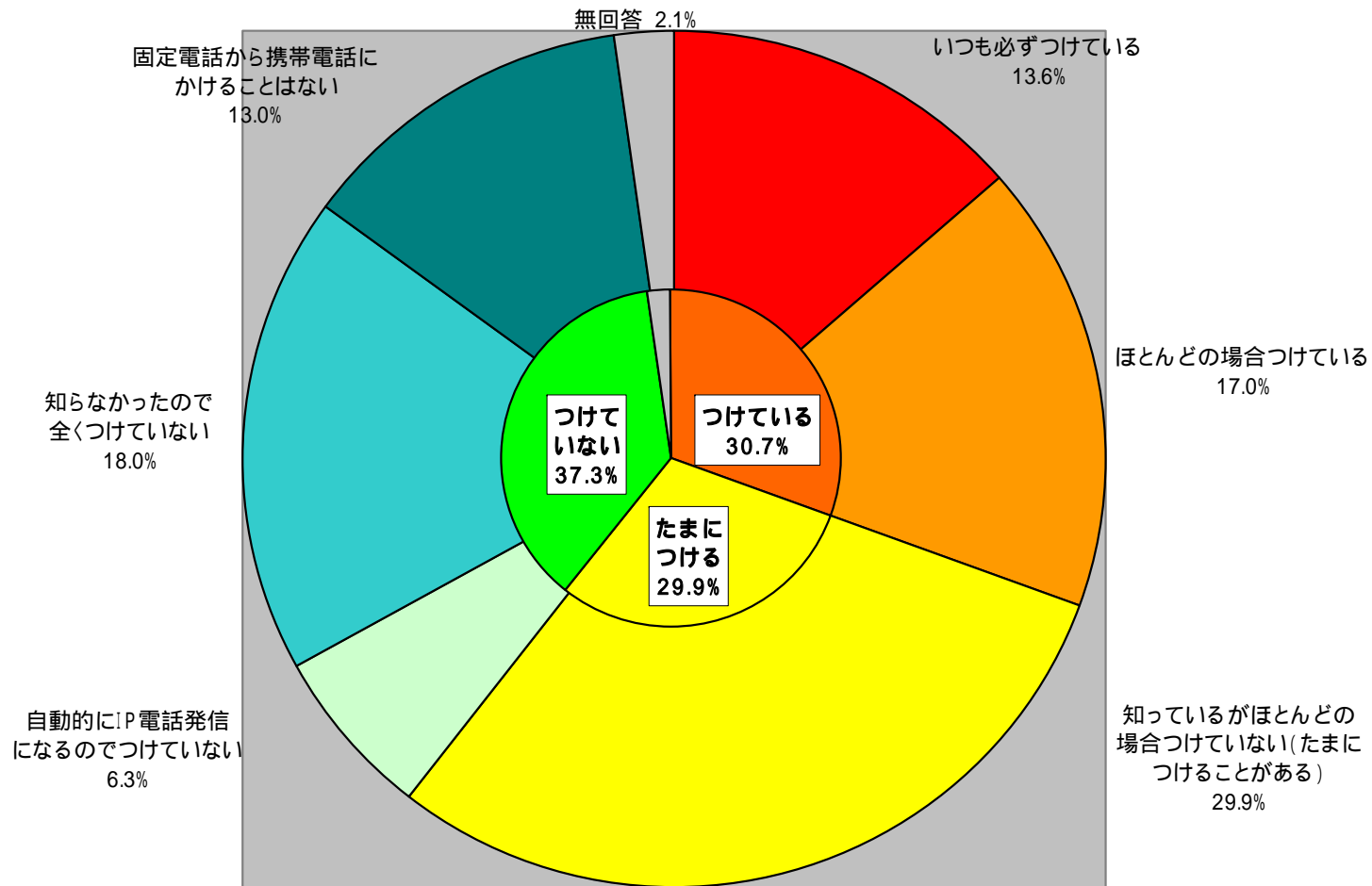
3 - 10 通話以外の利用サービス(複数回答)

メール利用(85%)、時計機能(66%)、カメラ機能(52%)の順。
ウェブ閲覧(32%)は1/3。他は静止画像送受信機能(13%)を除き10%未満。



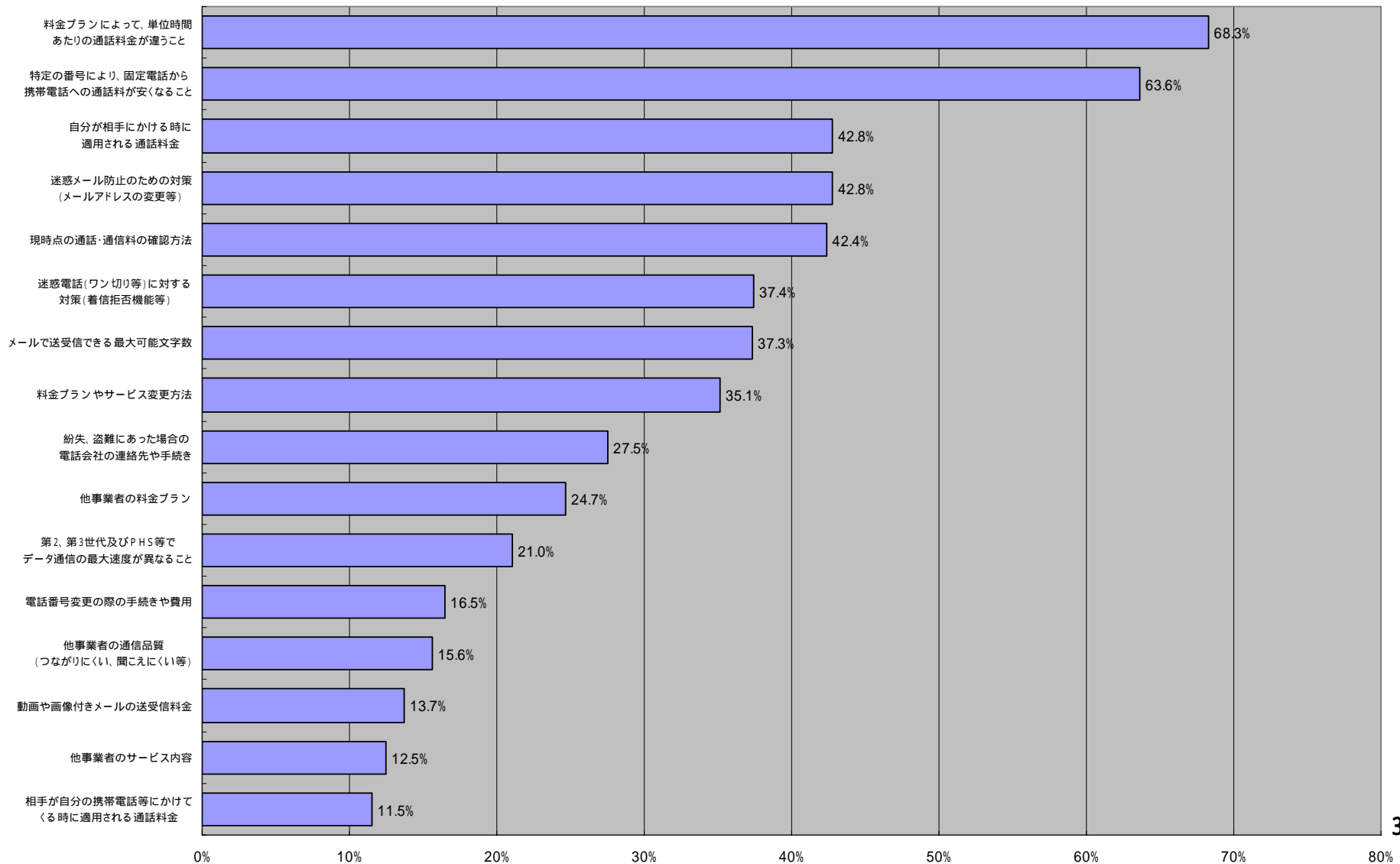
3 - 11 固定発携帯着の通話での事業者特定番号の付加(単一回答)

ほとんど付加している回答者は3割(31%)
知らなかったで全く付加していない者は2割(18%)。



3 - 12 サービスや料金に関する知識(複数回答)

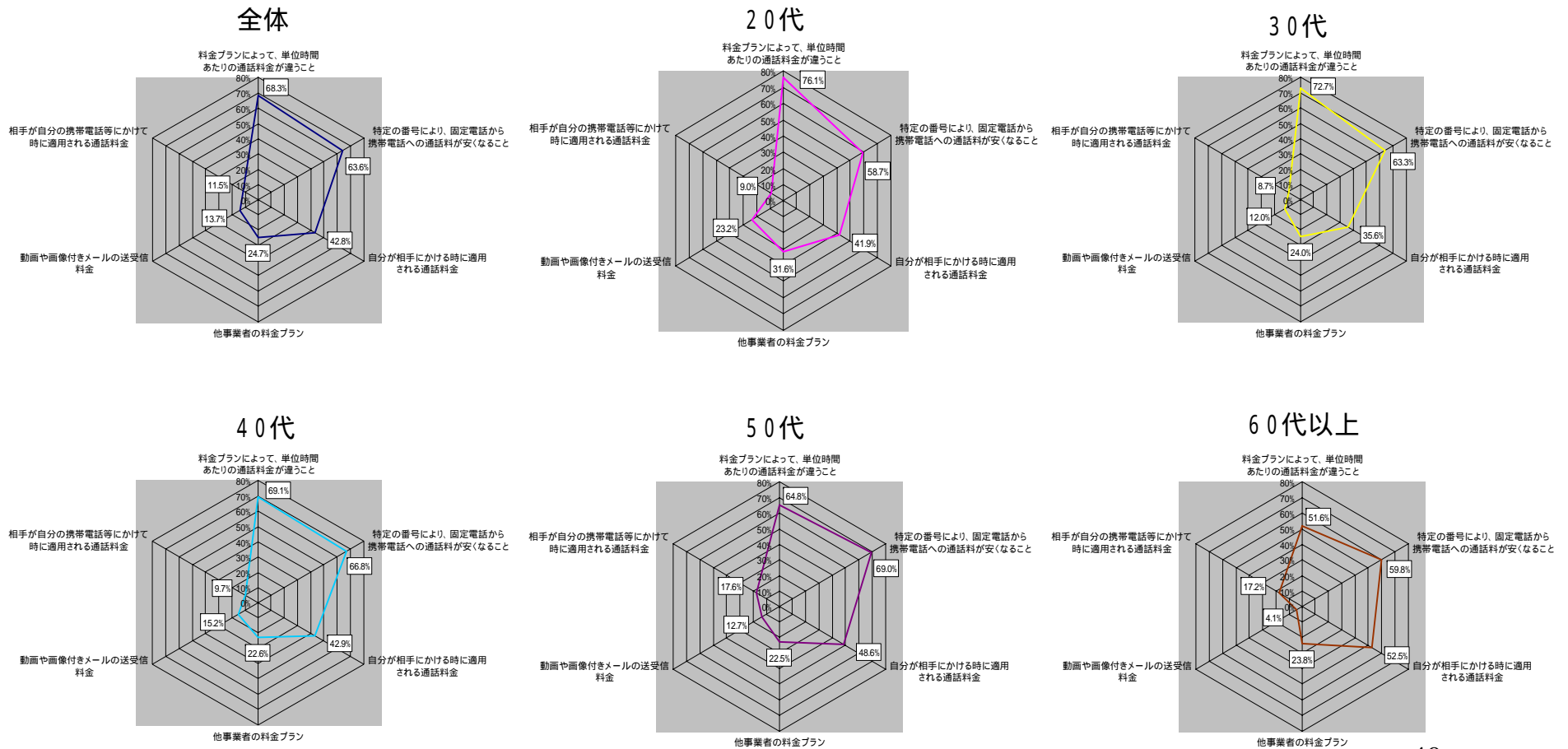
固定発携帯着の通話料の事業者による違いを認識している回答者は2/3(64%)。
料金プランに対する意識が高い。



3 - 13 サービスや料金に関する知識 (複数回答)

- 料金関係・年齢別 -

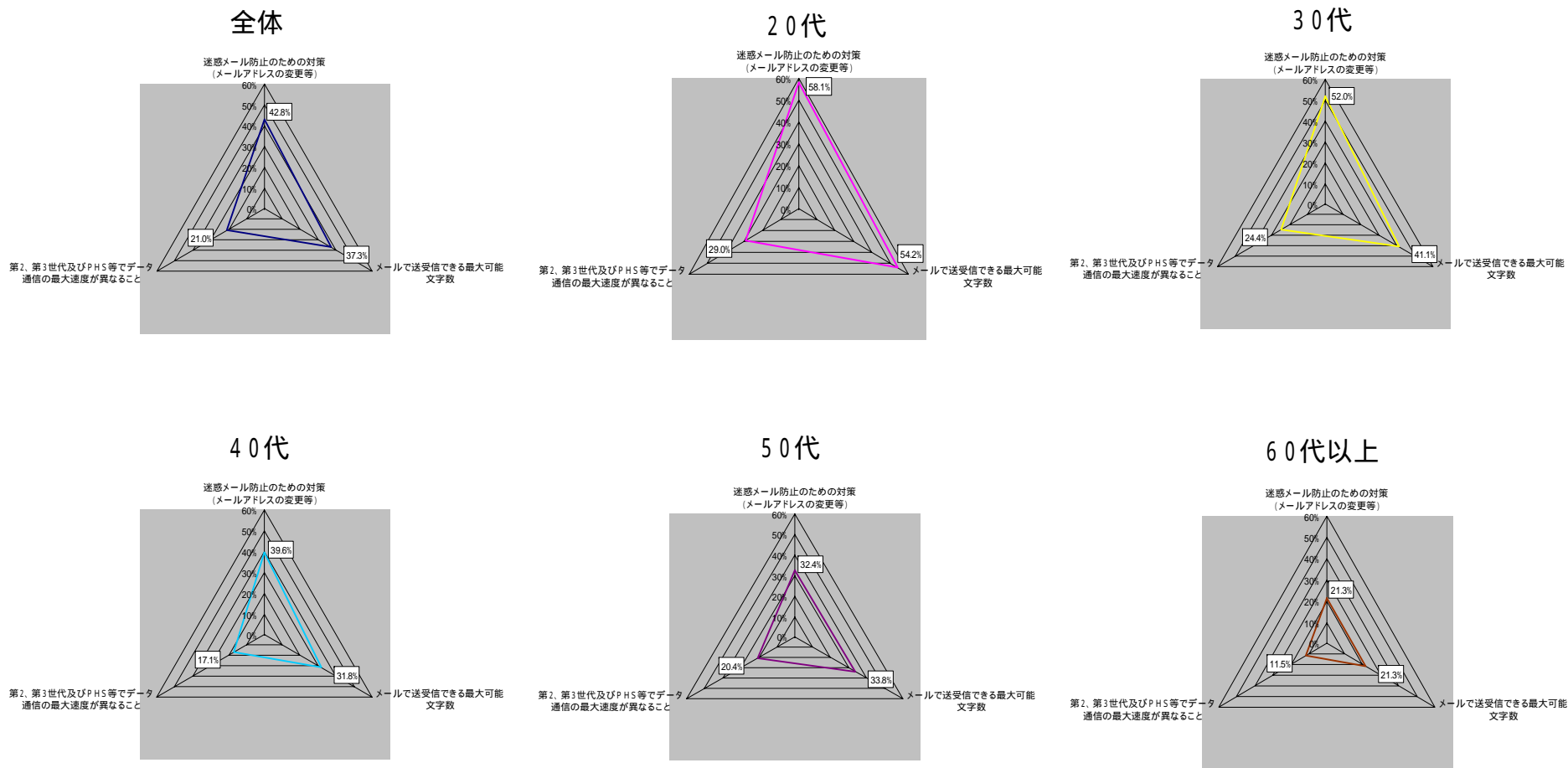
料金に関しては年齢による知識差は小さい。



3 - 14 サービスや料金に関する知識 (複数回答)

- データ通信関係・年齢別 -

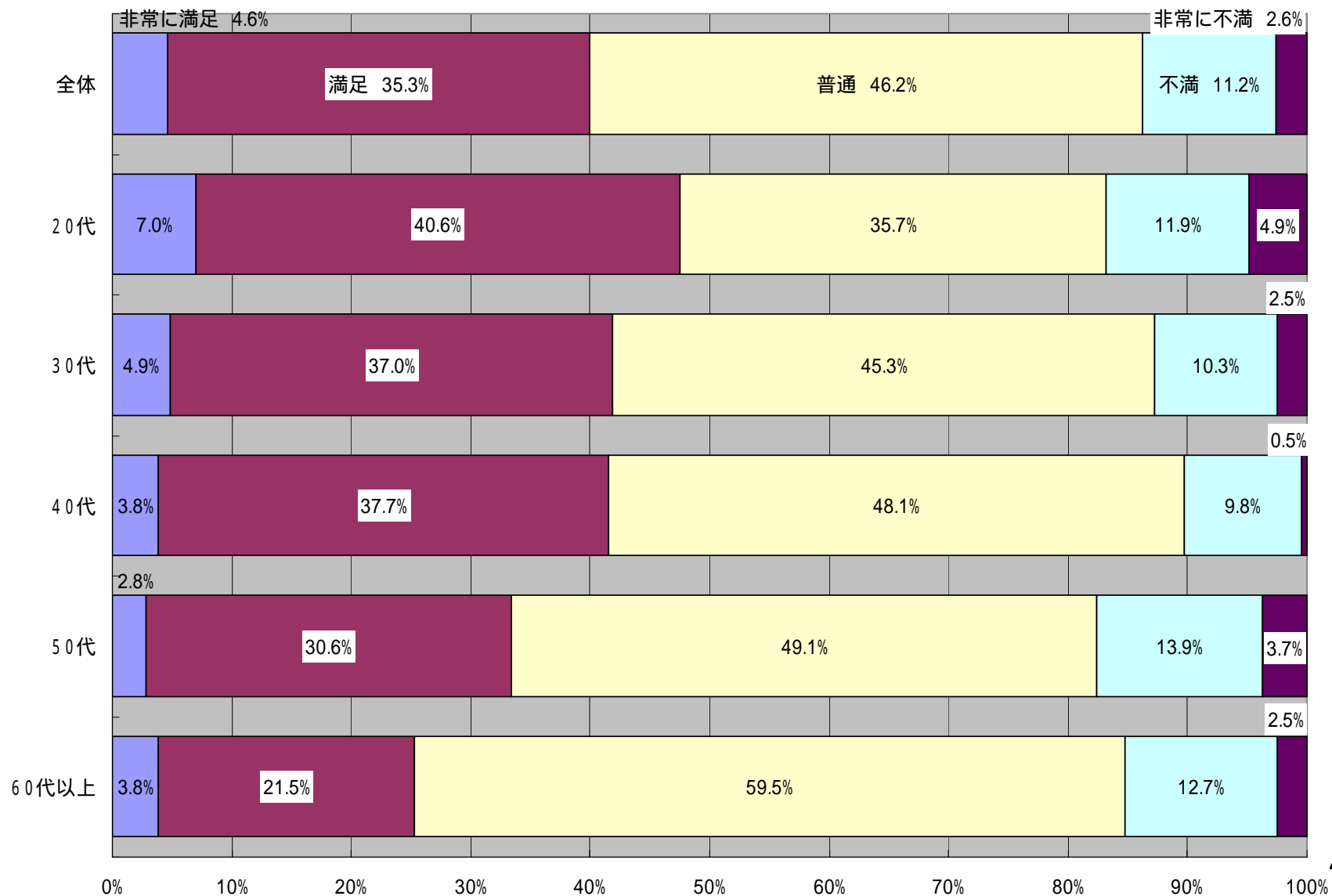
メールやデータ通信に関する理解に年齢差。



3 - 15 現在利用サービスの満足度(単一回答)

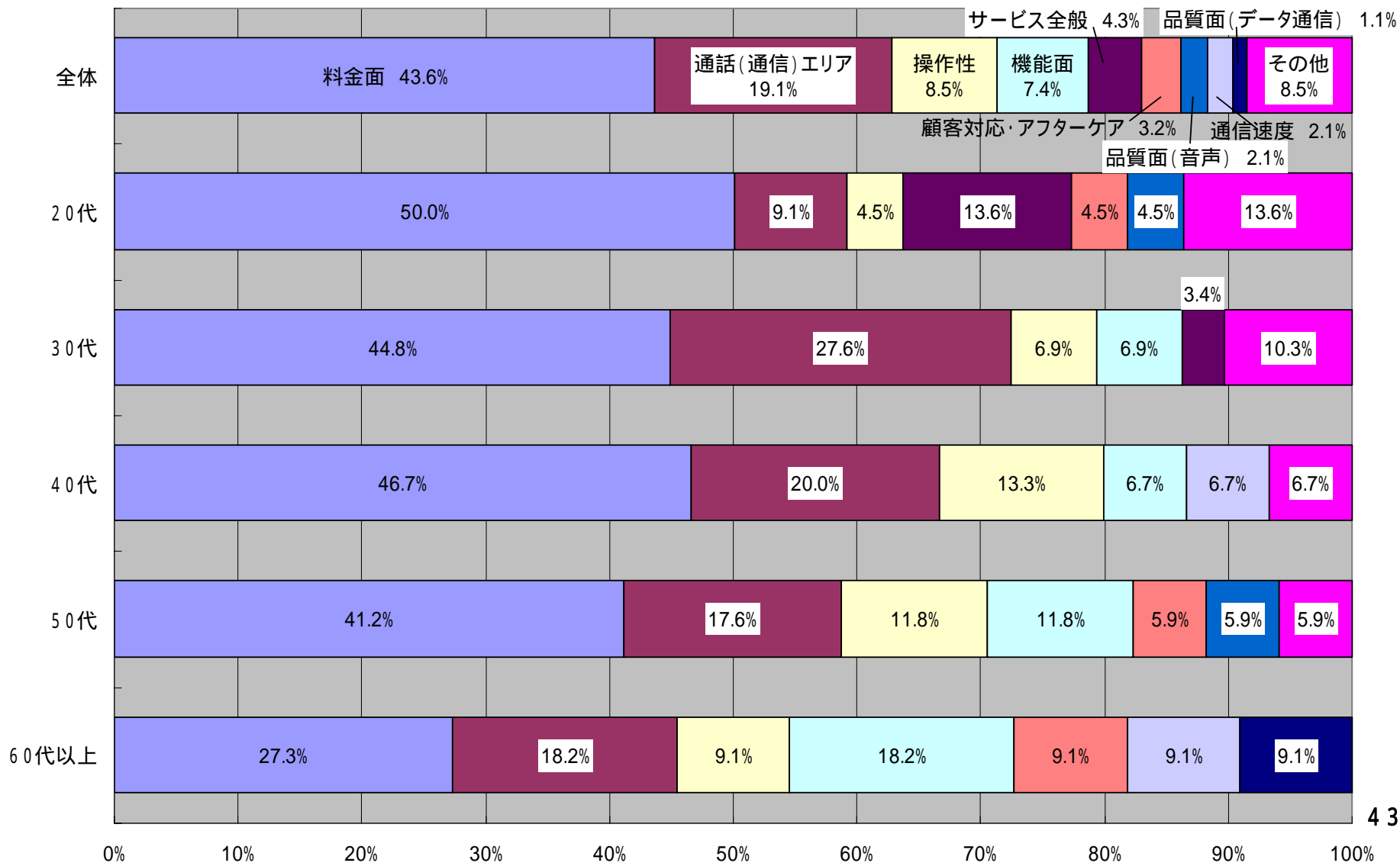
若い回答者ほど「満足」の比率高い。

料金「高い」と回答する比率の高い20代と50代は、20代は「満足」の比率が高いのに50代は低い。



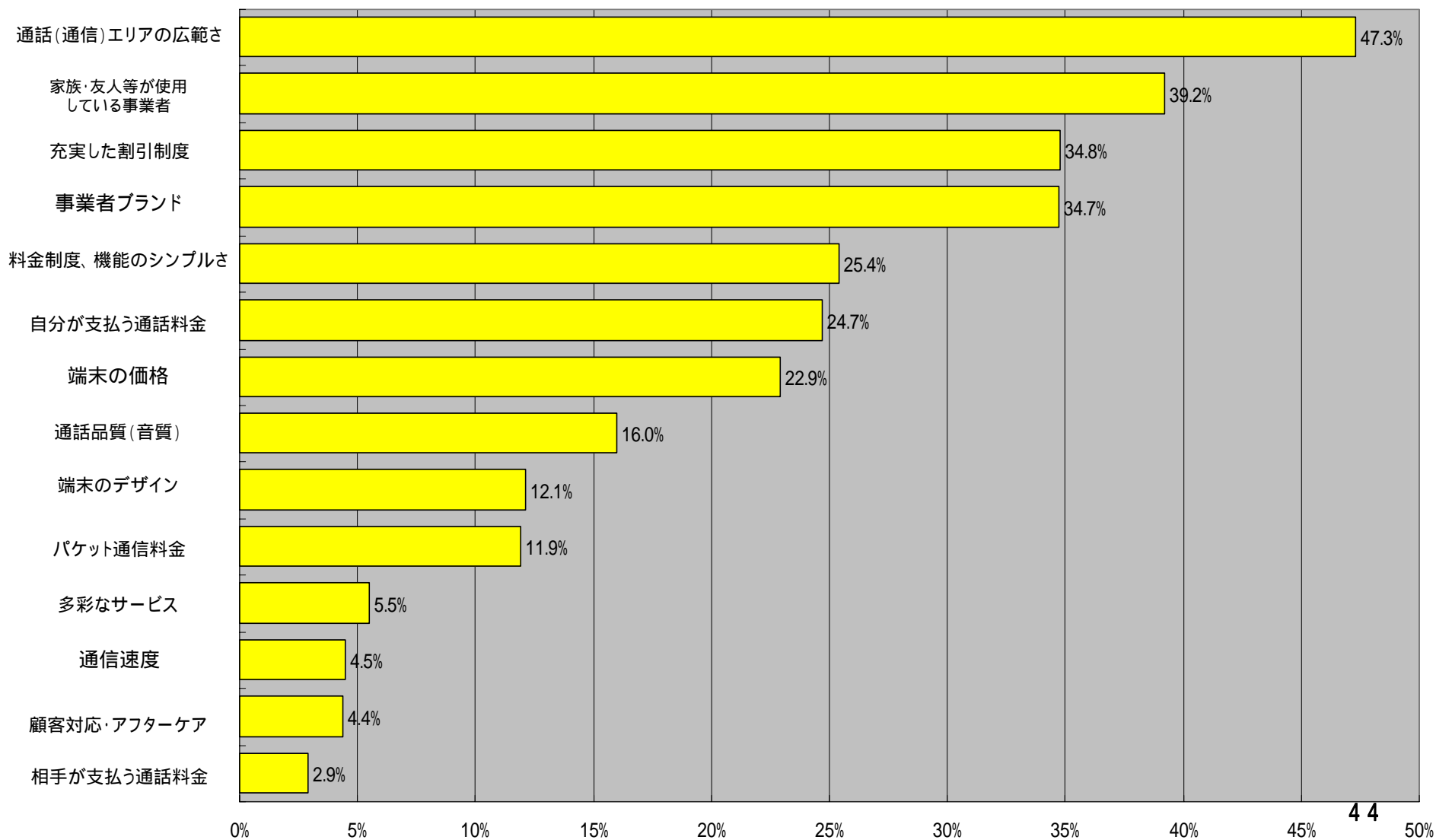
3 - 16 現在利用しているサービスの不満点(単一回答)

高齢の回答者ほど「料金面」、「エリア面」の不満に代わって、「機能面」、「操作性」、「顧客対応」が増大。
 20代は「料金面」が半数を占めるが、「機能面」、「操作性」、「エリア面」の不満は小さい。



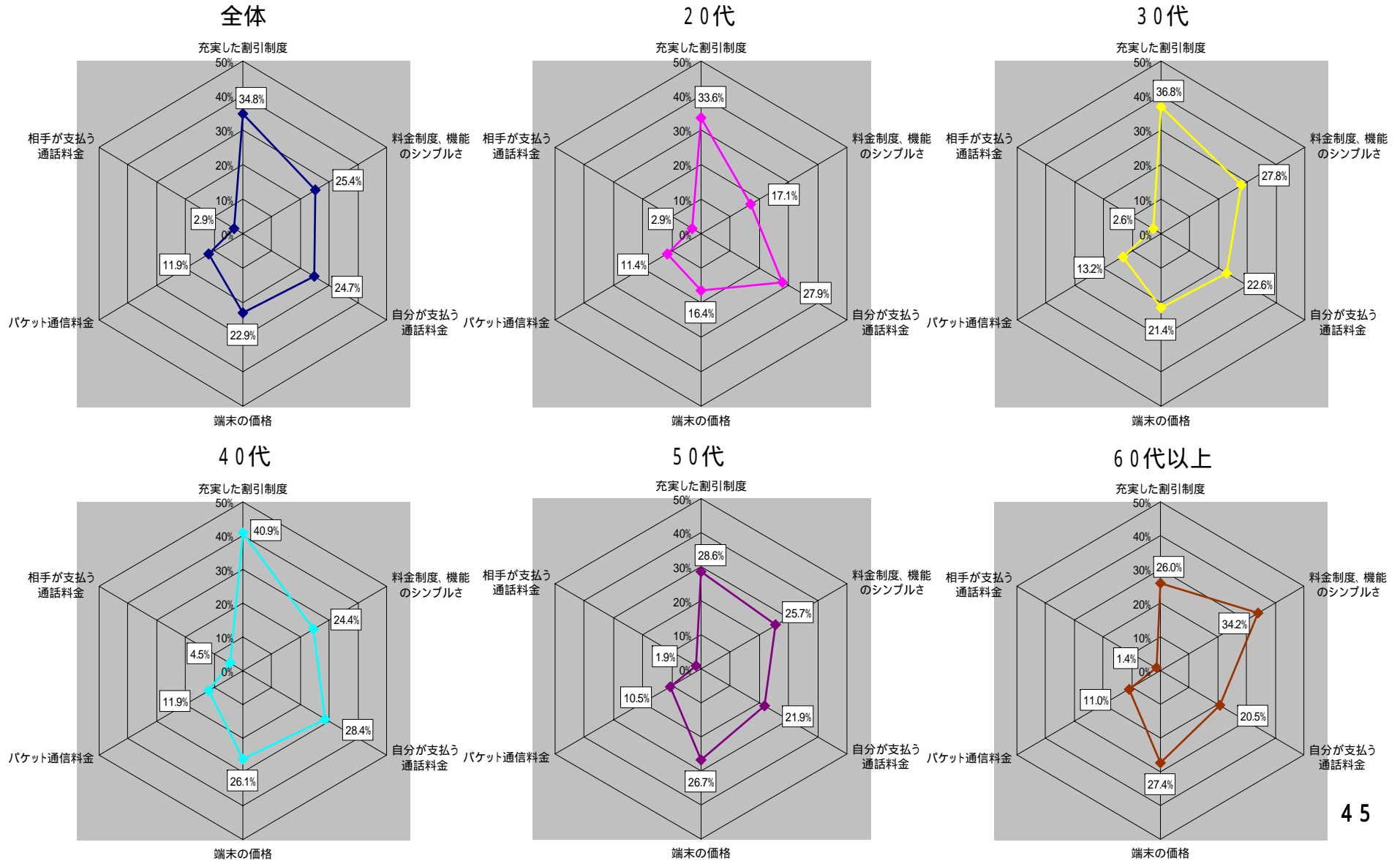
3 - 17 事業者選択時の重視点(複数回答) 全体

現在の事業者選択で重視されたのは、 エリアの広さ、 家族・友人等の利用、 割引制度、 事業者ブランド。



3 - 18 事業者選択時の重視点(複数回答) - 料金関係・年齢別 -

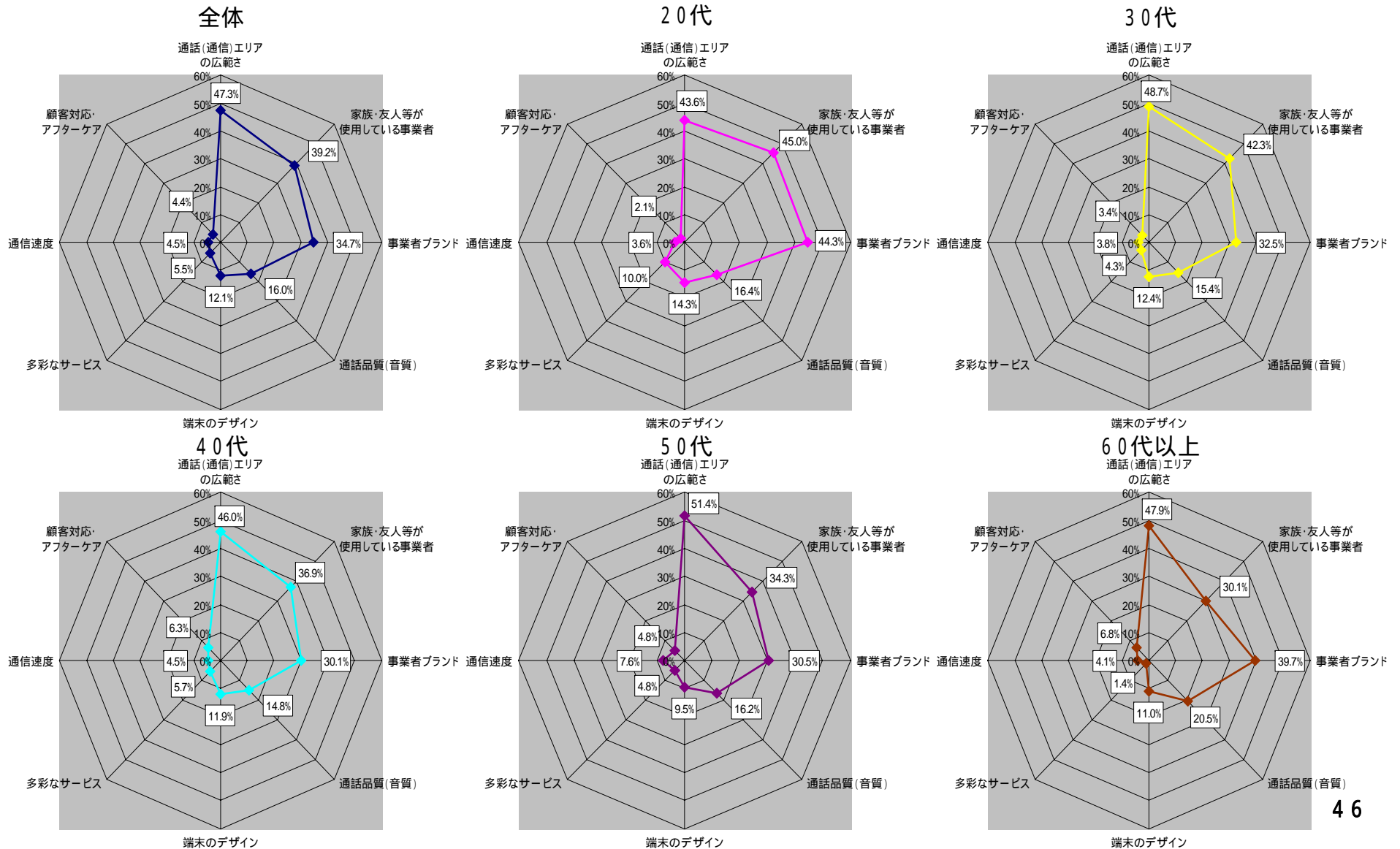
「料金制度、機能のシンプルさ」、「端末の価格」は高齢の回答者が重視。
「充実した割引制度」は20～40代が重視。



3 - 19 事業者選択時の重視点(複数回答) - 料金関係以外・年齢別 -

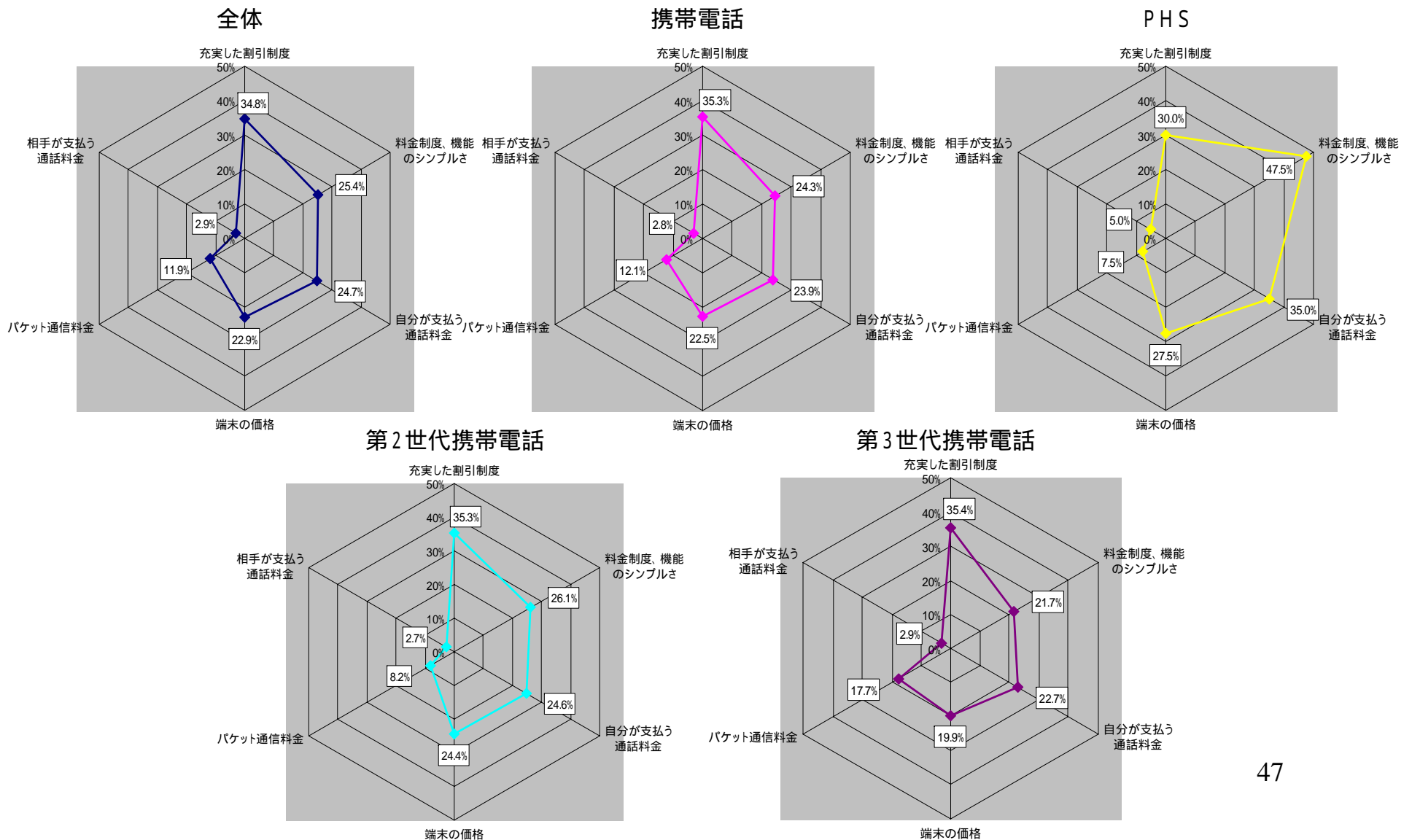
「家族・友人等が使用している事業者」は高齢ほど減少。

「事業者ブランド」は20代と60代以上で高い比率。



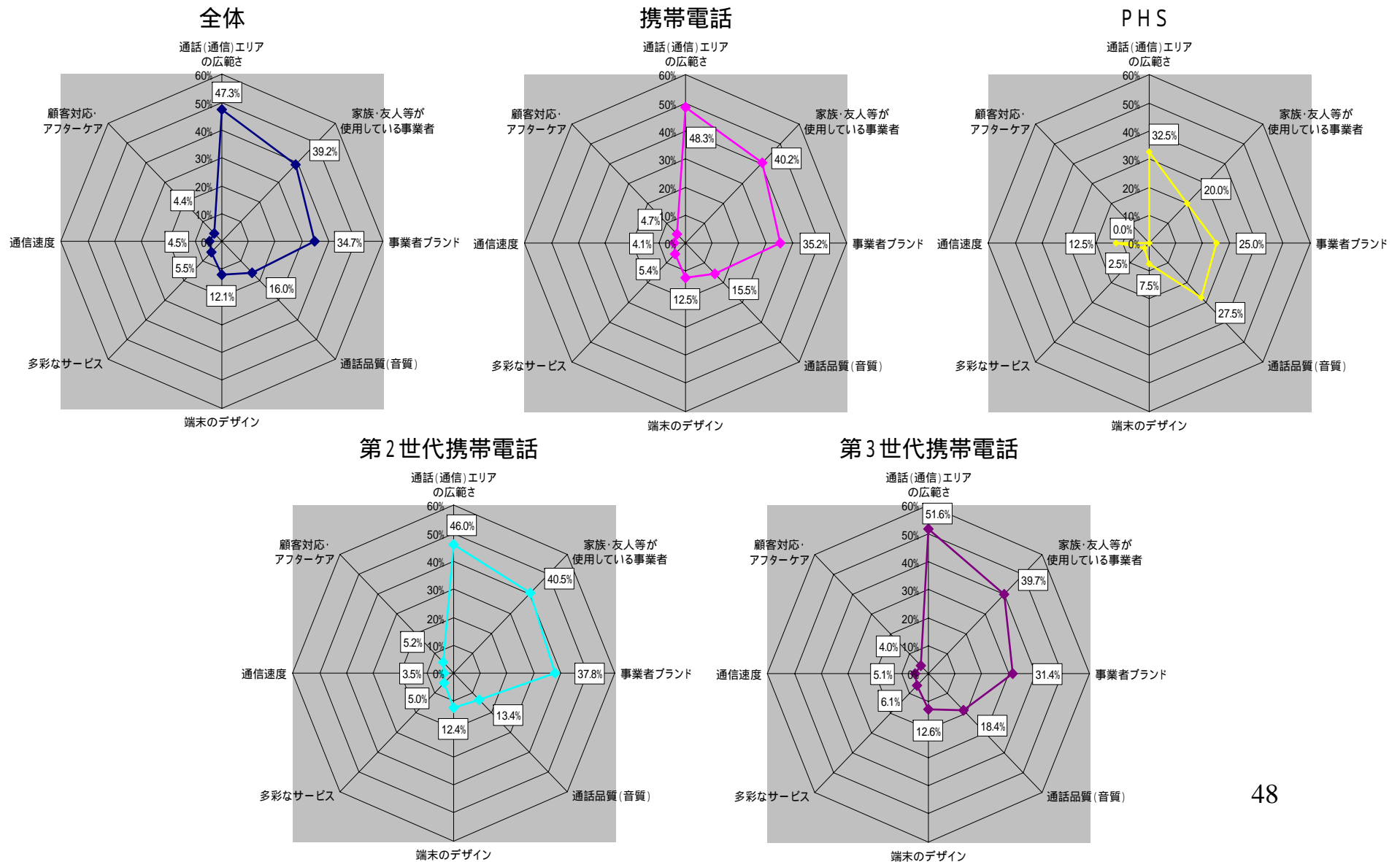
3 - 20 事業者選択時の重視点(複数回答) - 料金関係・技術方式別 -

3Gを利用する回答者は、2Gに比べて「パケット通信料金」を重視。
PHS利用者は、「料金制度、機能のシンプルさ」、「自分が支払う通話料金」を重視。



3 - 21 事業者選択時の重視点(複数回答) - 料金関係以外・技術方式別 -

PHS利用者は、「通話品質」、「通信速度」を重視。

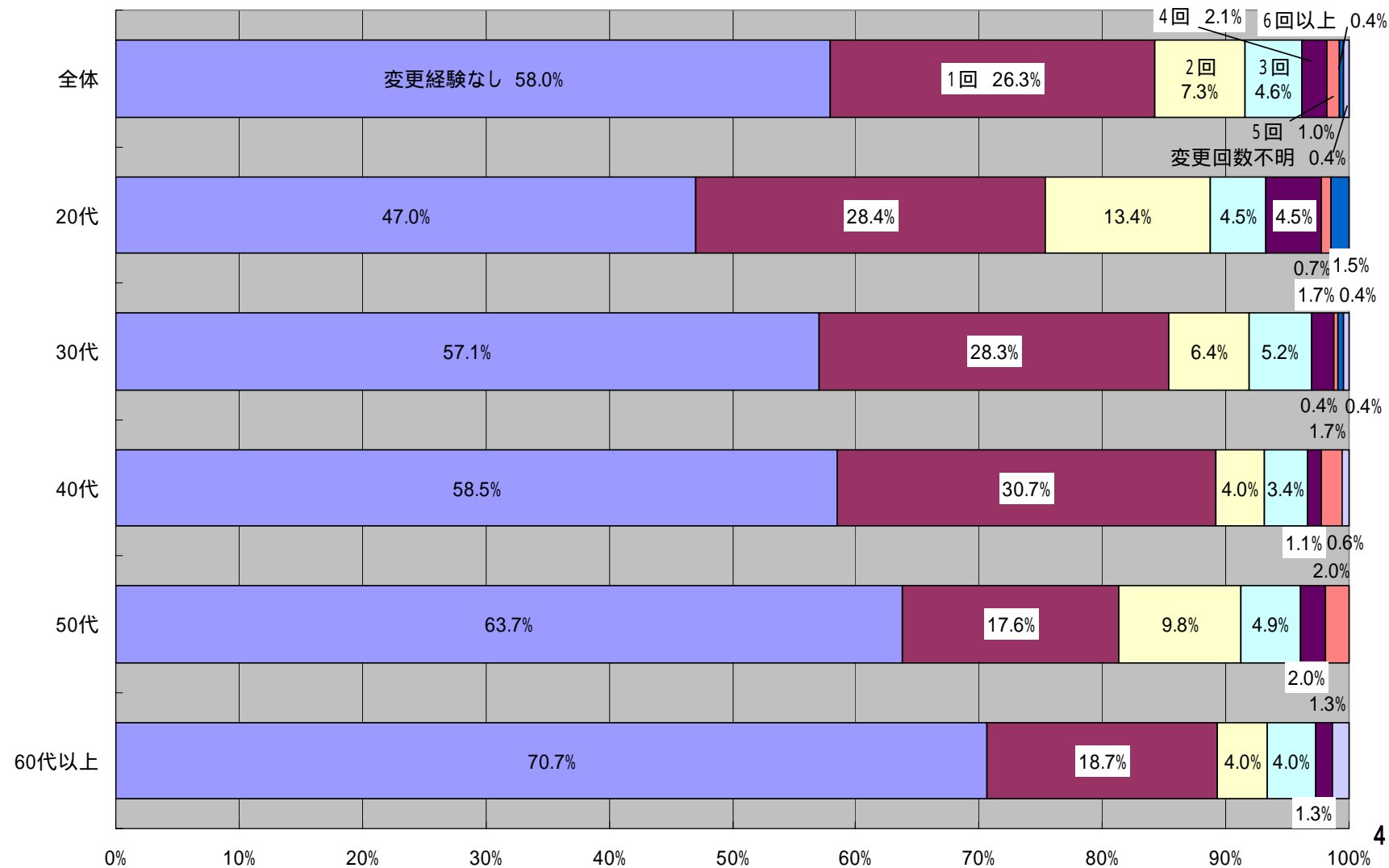


3 - 22 事業者変更の経験(単一回答)

若い回答者ほど変更経験。

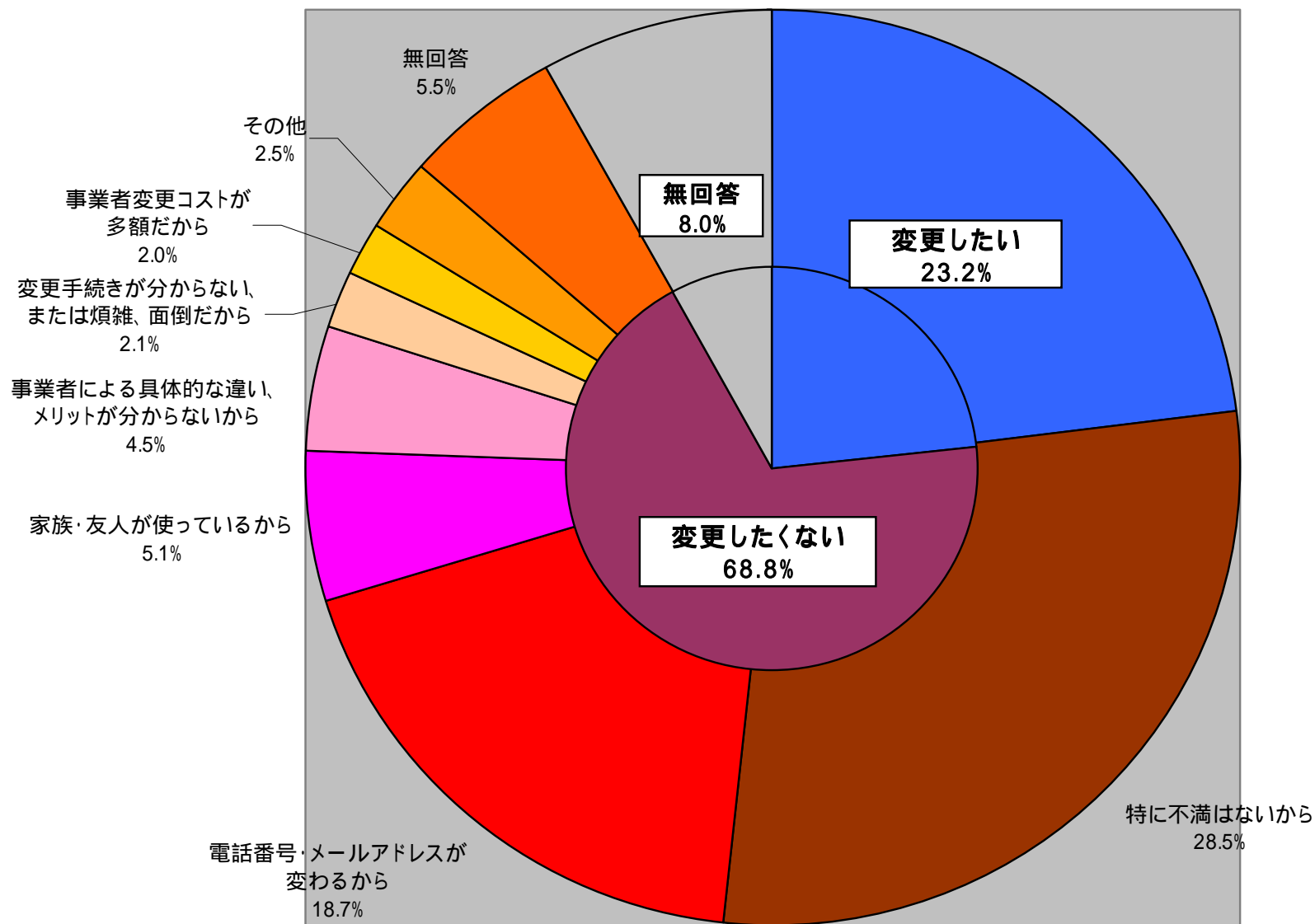
「変更経験なし」は6割(58%)。

20代は変更経験者が過半。2回以上も1/4。



3 - 23 事業者の変更意向と理由(単一回答)

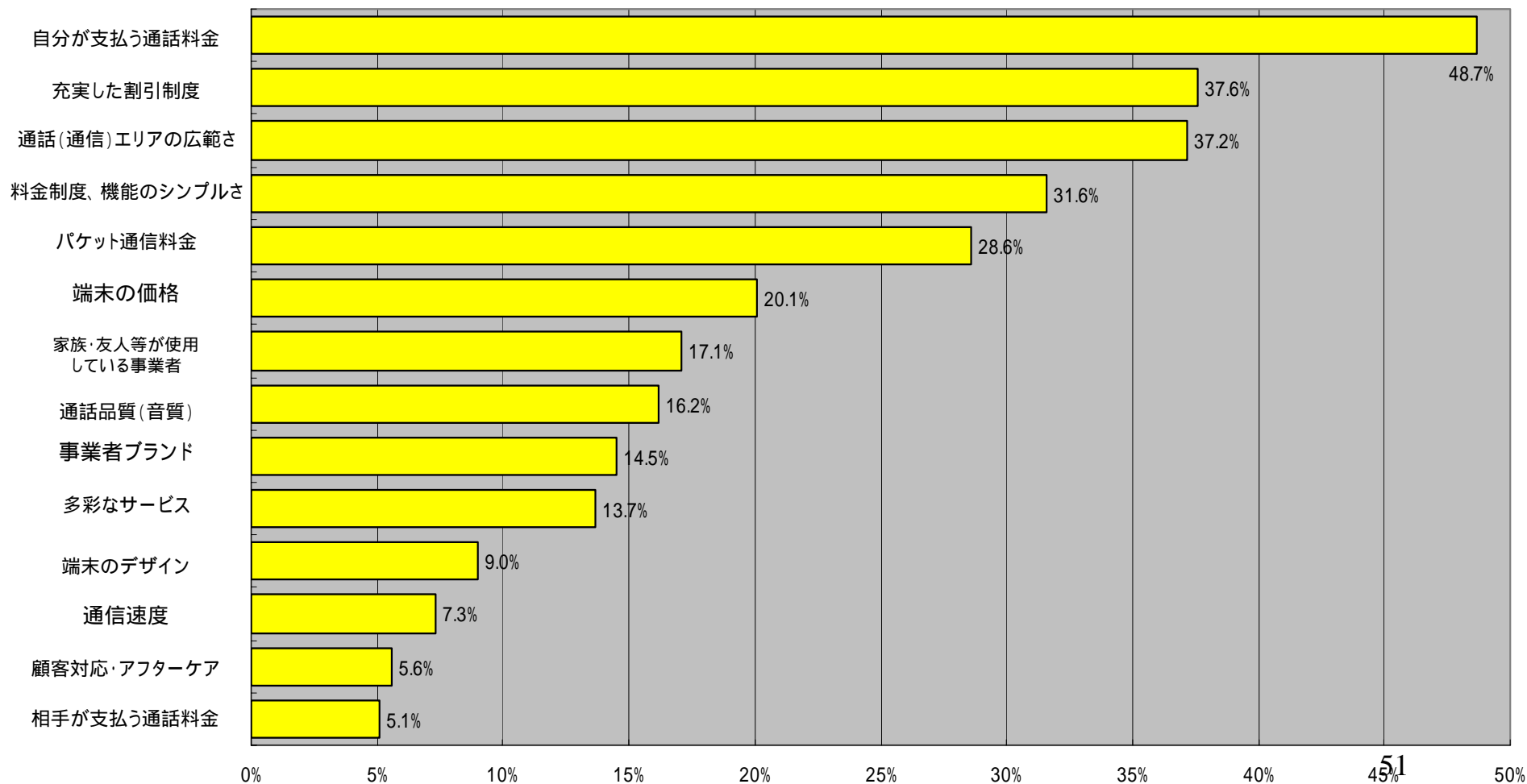
現在の事業者の変更を望む回答者は1/4(23%)。
電話番号・メールアドレスが変わるから望まないという回答者は2割(18.7%)。



3 - 24 今後、事業者を選択する際に重視する点(複数回答) - 全体 -

料金関係の項目が上位に多く、関心が高い。

事業者を選択する際に重視するのは、自分が支払う通話料金、割引制度、エリアの広さ、料金、機能のシンプルさ。



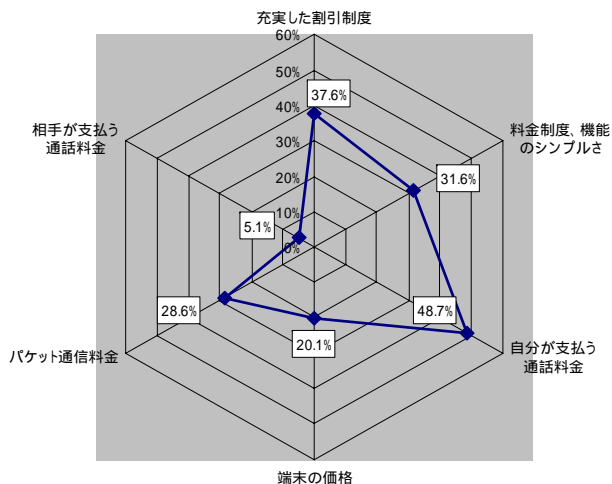
3 - 25 今後、事業者を選択する際に重視する点(複数回答) - 既利用者と未利用者の比較 -

既利用者と未利用者で重視点に違い。

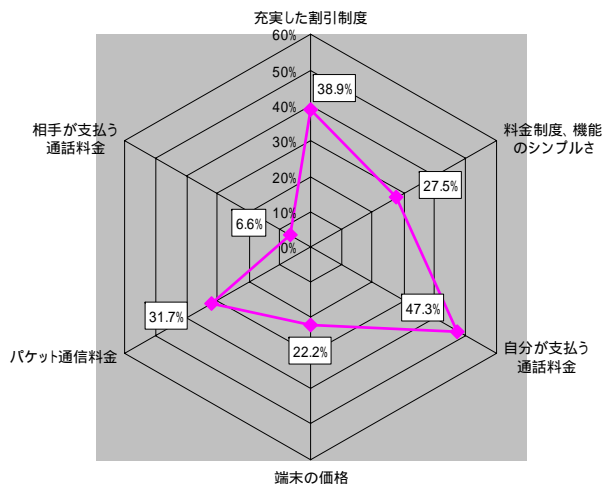
料金関係では、未利用者は「料金制度、機能のシンプルさ」を重視。

料金以外では、既利用者は「多彩なサービス」を、未利用者は「事業者ブランド」、「顧客対応、アフターケア」を重視。

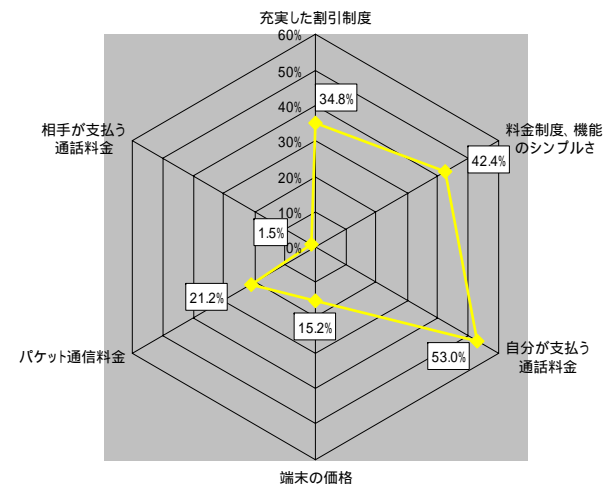
全体(料金関係)



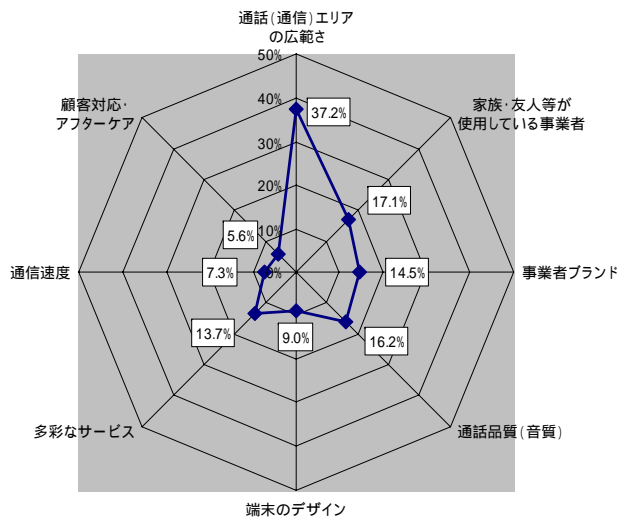
既利用者(料金関係)



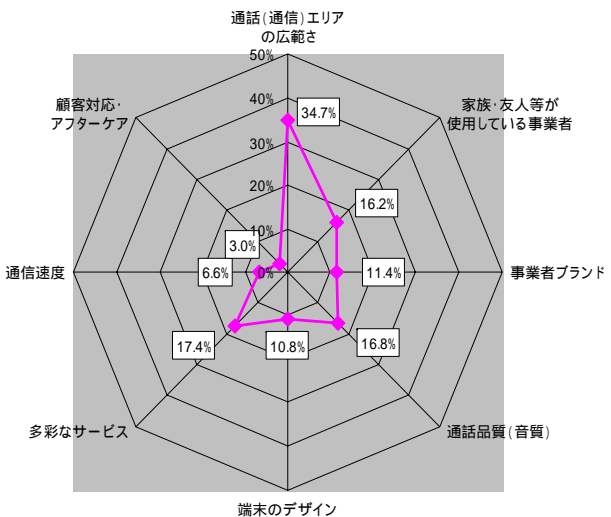
未利用者(料金関係)



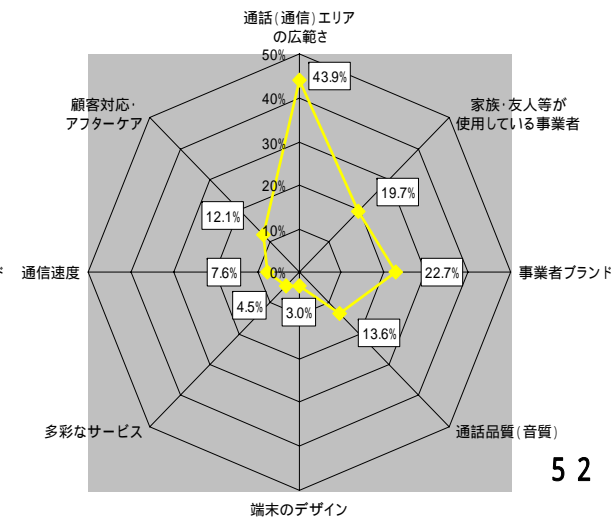
全体(料金関係以外)



既利用者(料金関係以外)



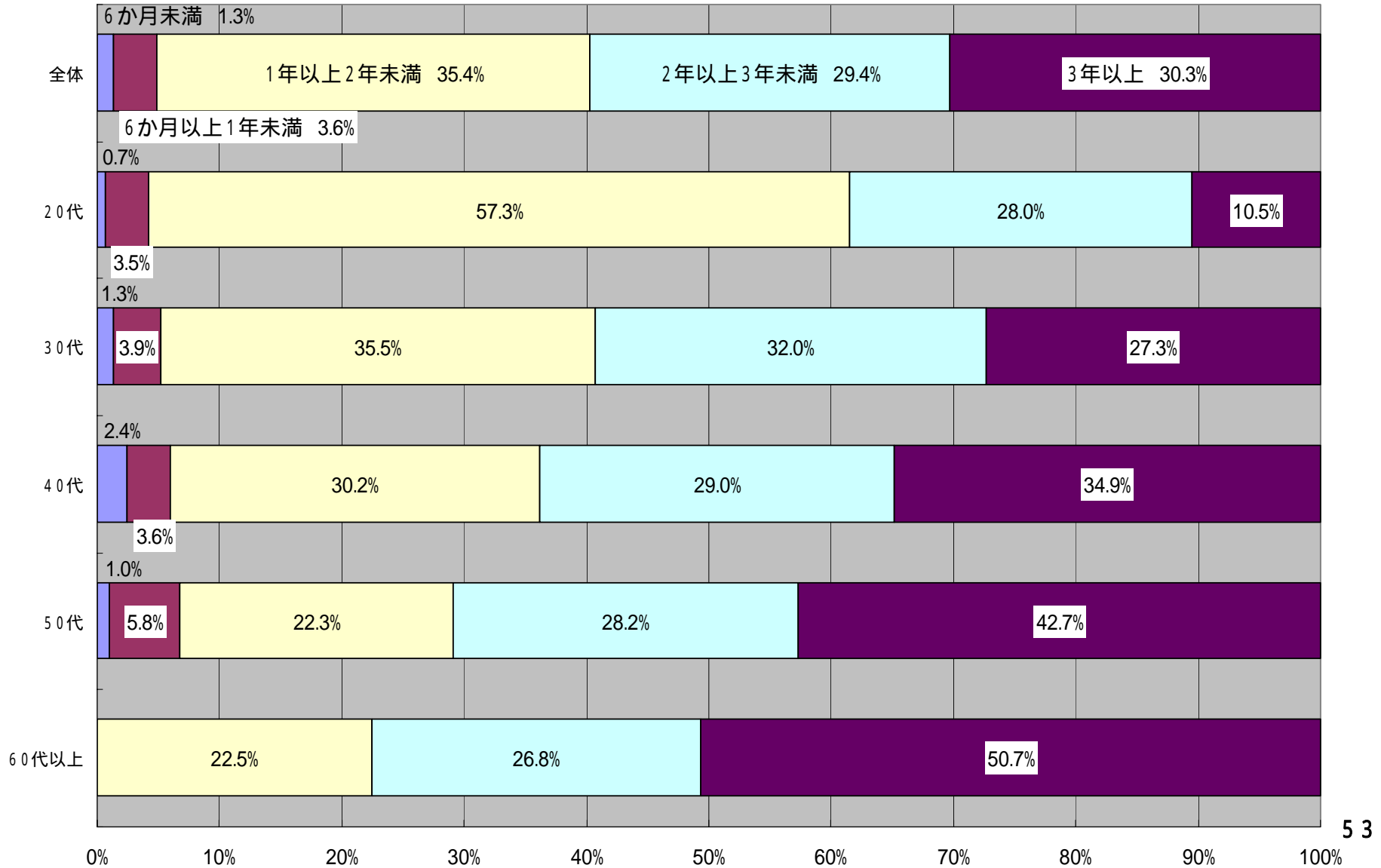
未利用者(料金関係以外)



3 - 26 端末の買換え (単一回答)

若年層ほど端末の買換えは活発。

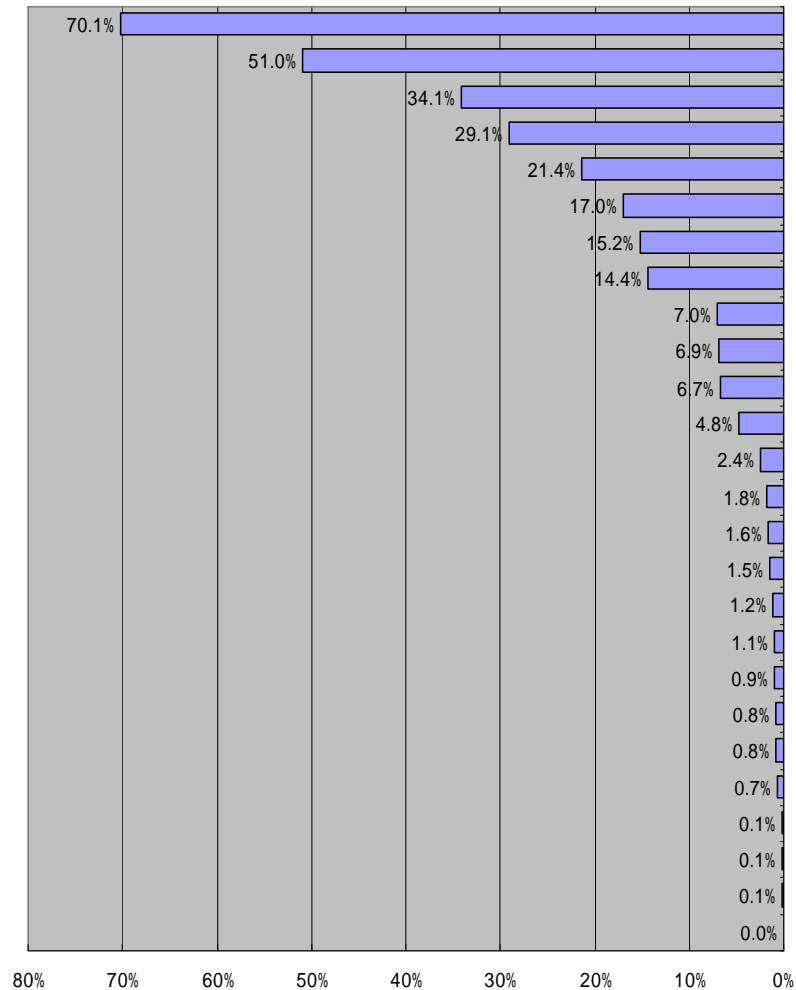
2年未満で端末変更した回答者は4割(40%)。3年未満なら7割(70%)。



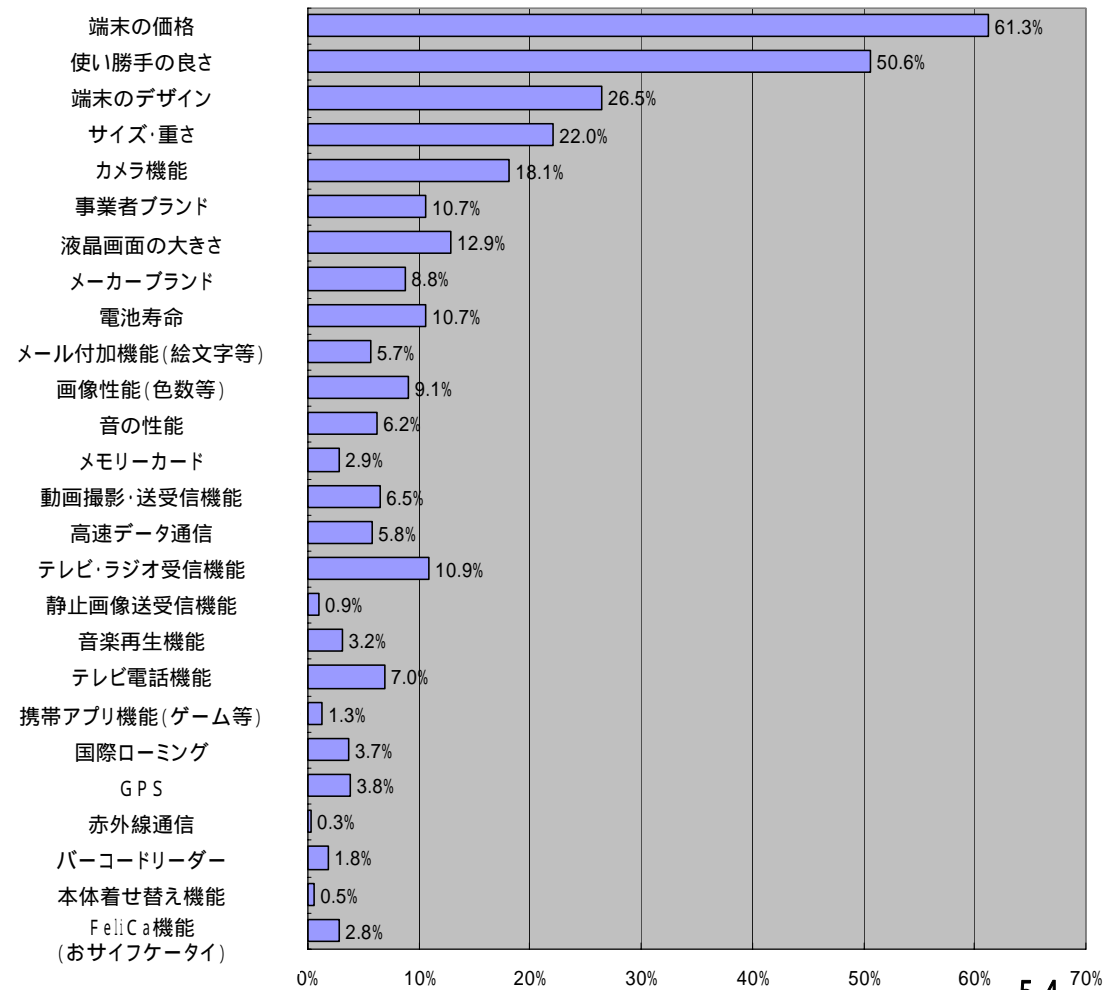
3 - 27 端末選択時の重視点 (複数回答) - 全体 -

価格、使い勝手、デザインの順に重視。
 付加機能では現在はカメラを重視。今後はテレビ・ラジオやテレビ電話の機能を重視。
 今後の重視点では事業者ブランドを重視するとする比率が低下。

現在、使用している移動体通信端末を選んだ際の重視点
(3つまで回答)



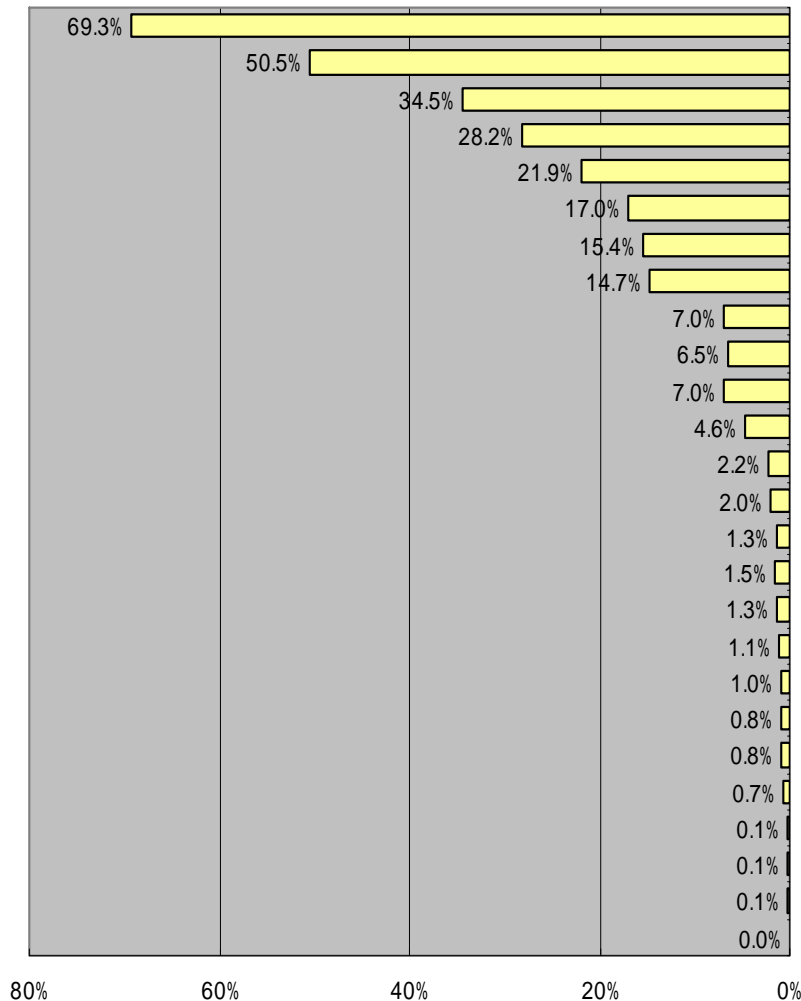
今後、移動体通信端末を選ぶ際の重視点
(3つまで回答)



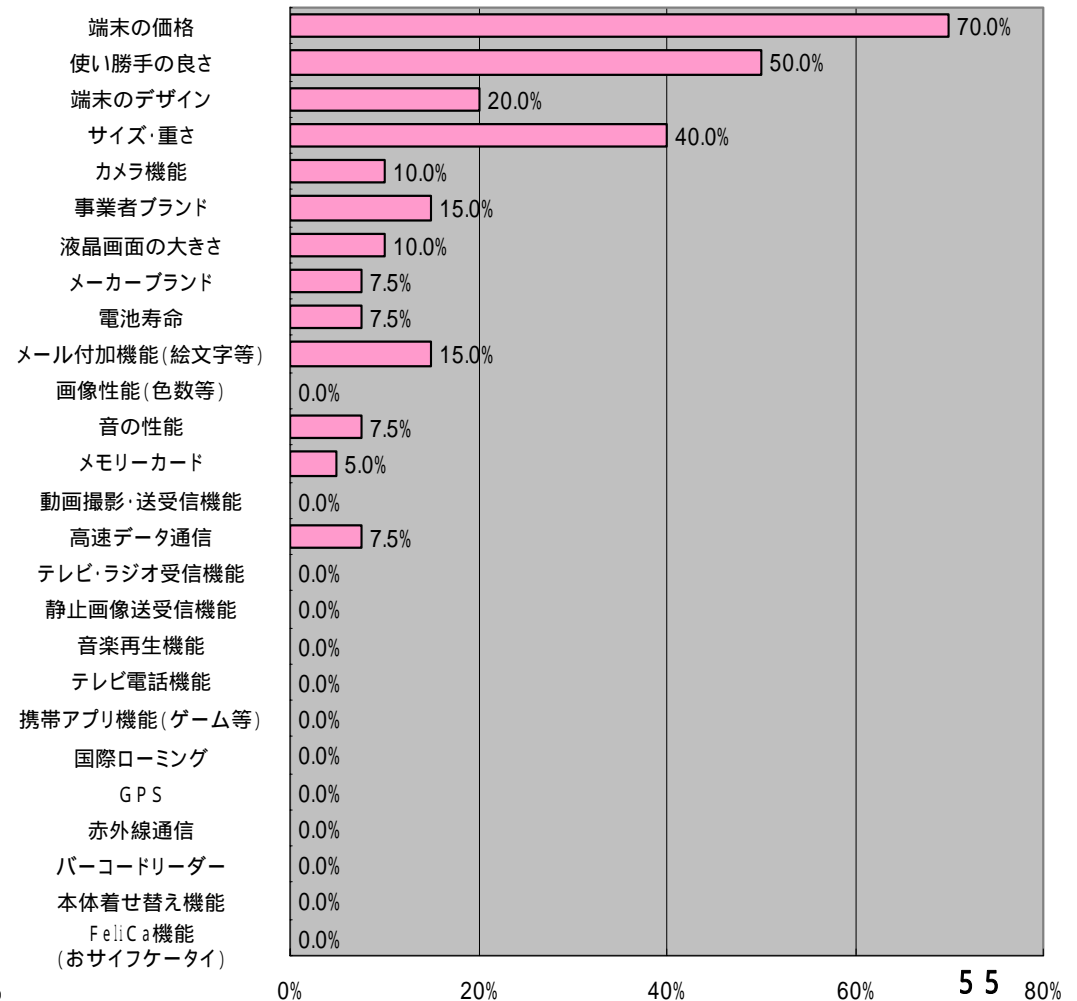
3 - 28 端末選択時に重視した点の携帯電話とPHSの比較(複数回答)

高速データ通信を重視する比率がPHSで高い。
PHSではサイズ・重さを重視する者も多い。

携帯電話(3つまで回答:713人)



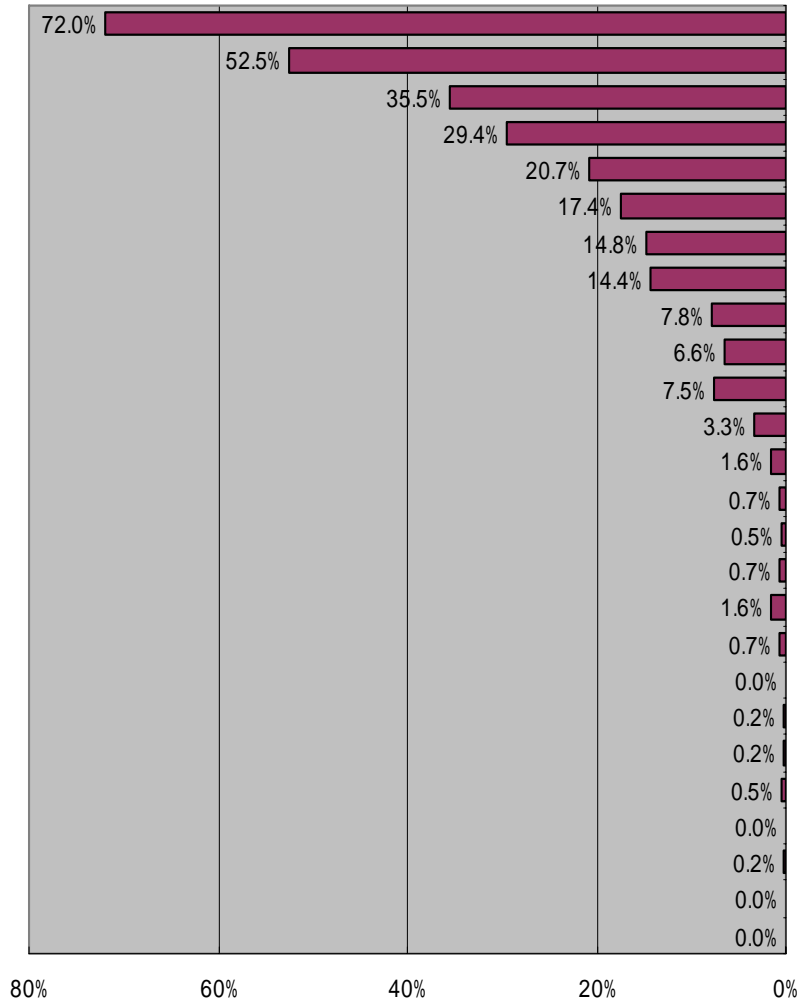
PHS(3つまで回答:40人)



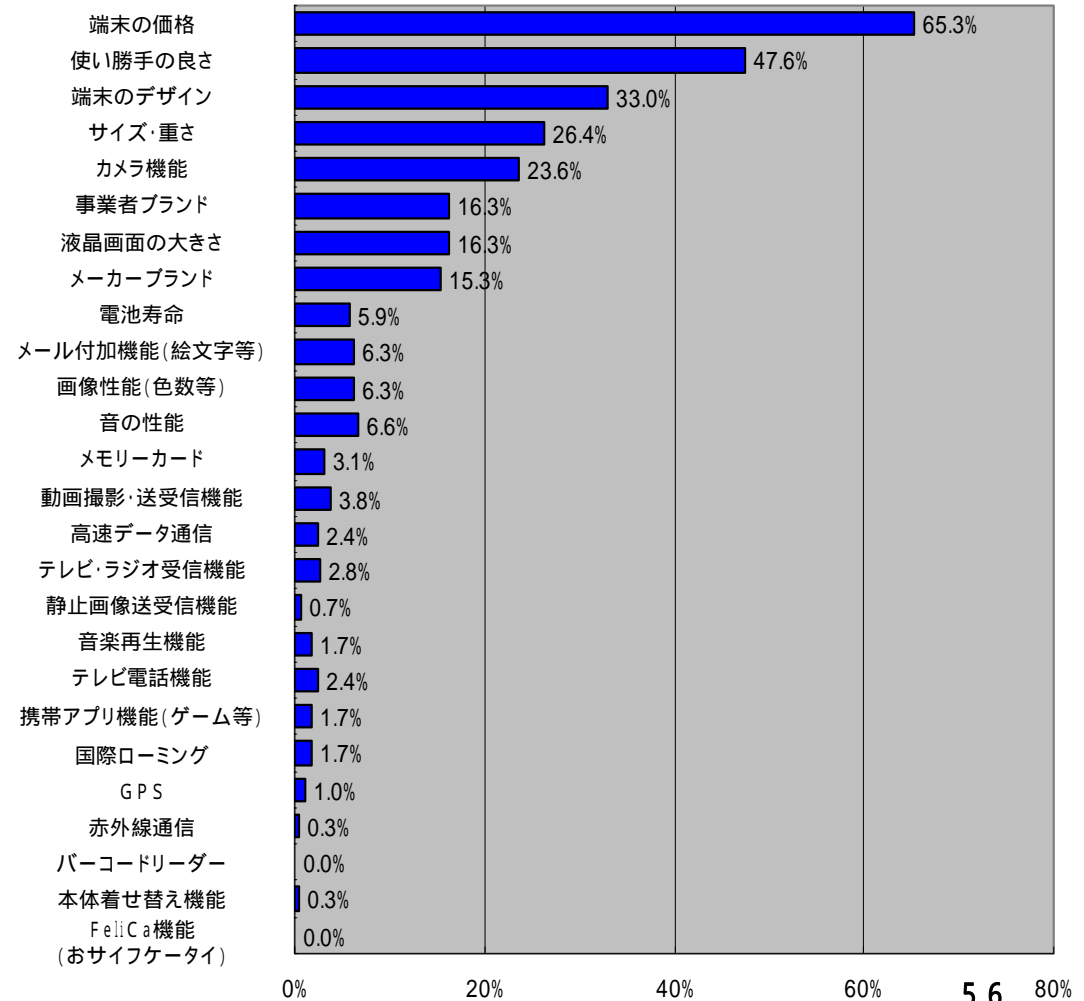
3 - 29 端末選択時に重視した点の第2世代携帯電話(2G)と 第3世代携帯電話(3G)の比較(複数回答)

基本的に同じような選好。
付加的な諸機能を重視する傾向が3Gに強い。

第2世代携帯電話(3つまで回答:425人)

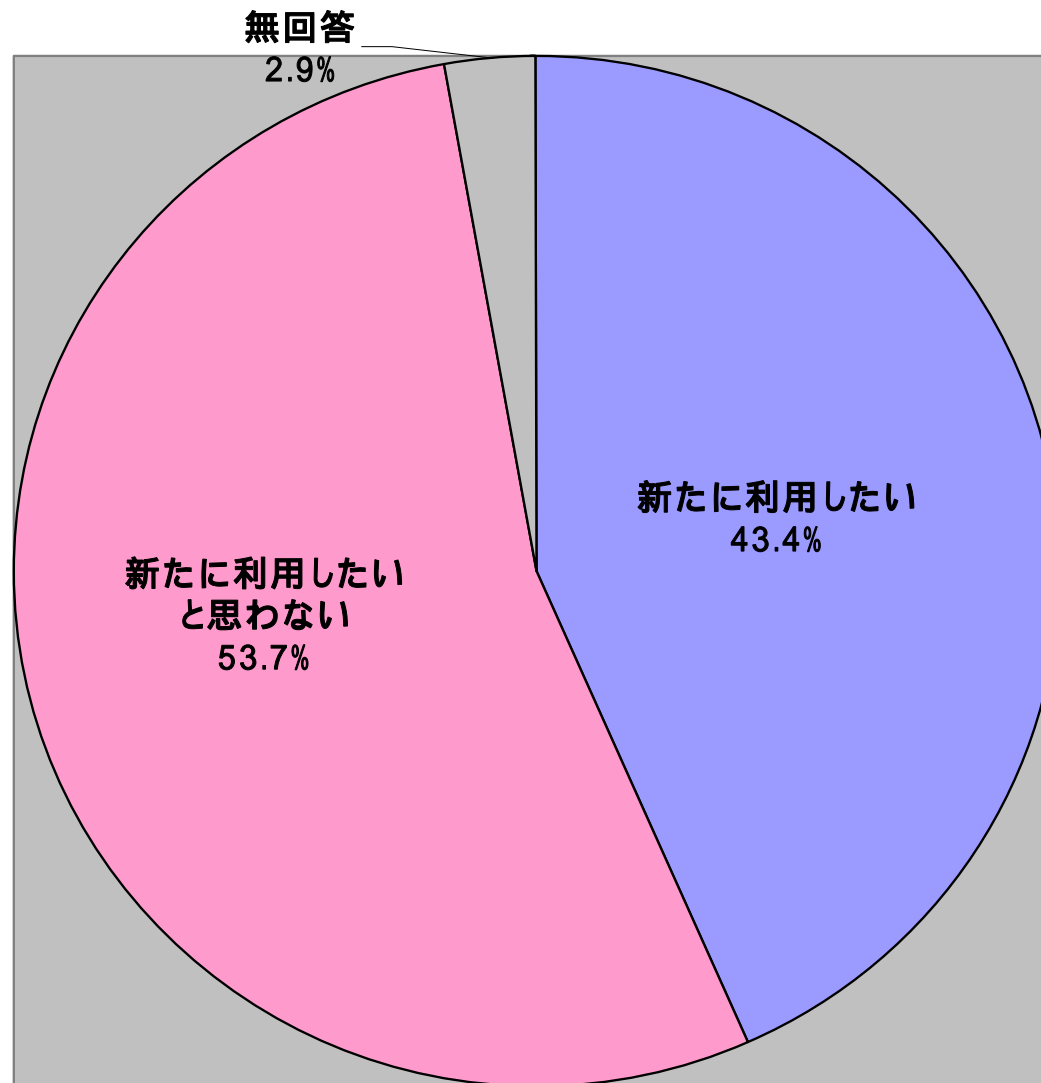


第3世代携帯電話(3つまで回答:288人)



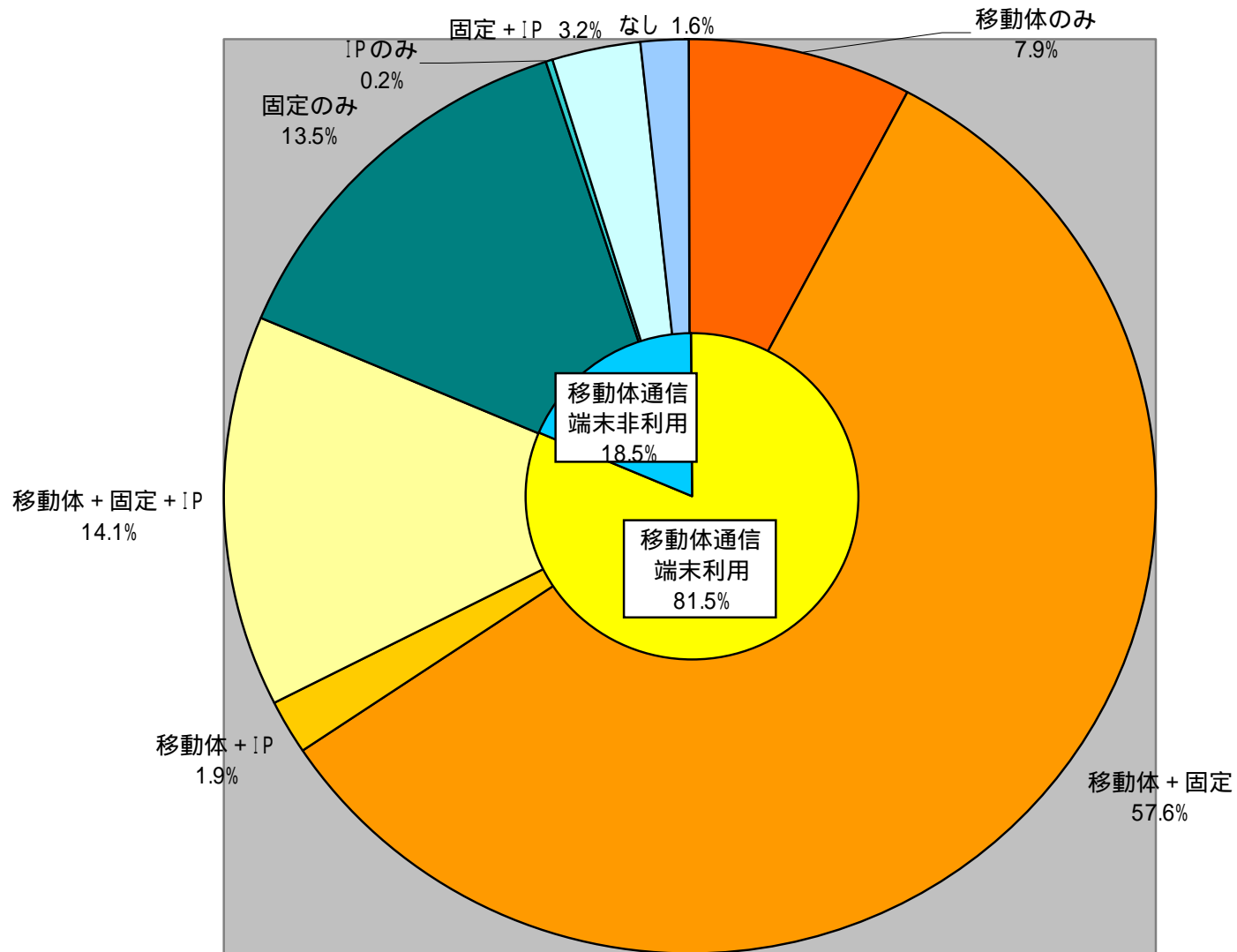
3 - 30 事業者の新規利用意向(単一回答)

現在携帯電話を利用していない回答者のうち今後も利用を希望しない者は過半(54%)。



3 - 31 移動体端末、固定電話、IP電話の併用状況 (単一回答)

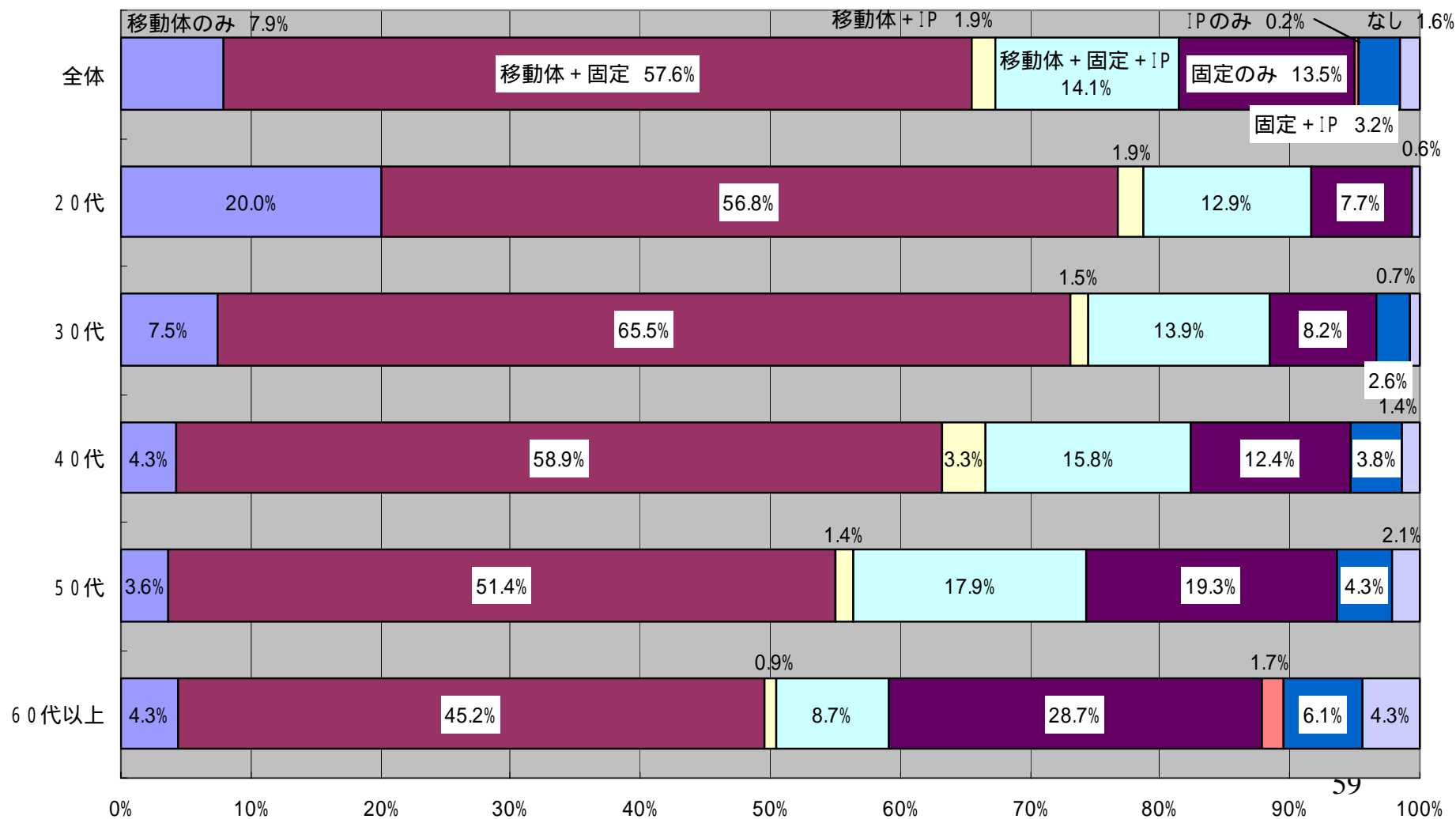
移動体端末を利用せず、固定のみを利用している回答者は2割(17%)。
逆に移動体端末のみしか利用していない利用者は1割(8%)。



3 - 3 2 移動体端末、固定電話、IP電話の併用状況 (単一回答)

- 年齢別 -

移動体端末の保有比率は年齢とともに低下。
20代の保有は9割(92%)、60代以上は6割(59%)。



公衆無線LAN (ポイント)

公衆無線LANは私用6割、仕事4割。

- ・現在利用の公衆無線LAN事業者を選択した理由は、加入ISP等とのセットを理由とする回答が最大(20%)。

利用場所は飲食店(44%)、ホテル(24%)、駅(17%)、空港(9%)。

- ・メール利用が過半(51%)。Web利用(37%)と併せるとほぼ9割。仕事用に限ればメール利用は63%。
- ・携帯電話/PHSのデータ通信サービスとの併用が過半(54%)。

満足度は「非常に満足」、「満足」で4割超。「普通」を加えると8割超。

- ・「満足しているので変更予定がない」が約半数。
- ・不満は、アクセスポイント数が過半。速度、セキュリティが次ぐ。

公衆無線LANに関するアンケート調査のサンプル属性

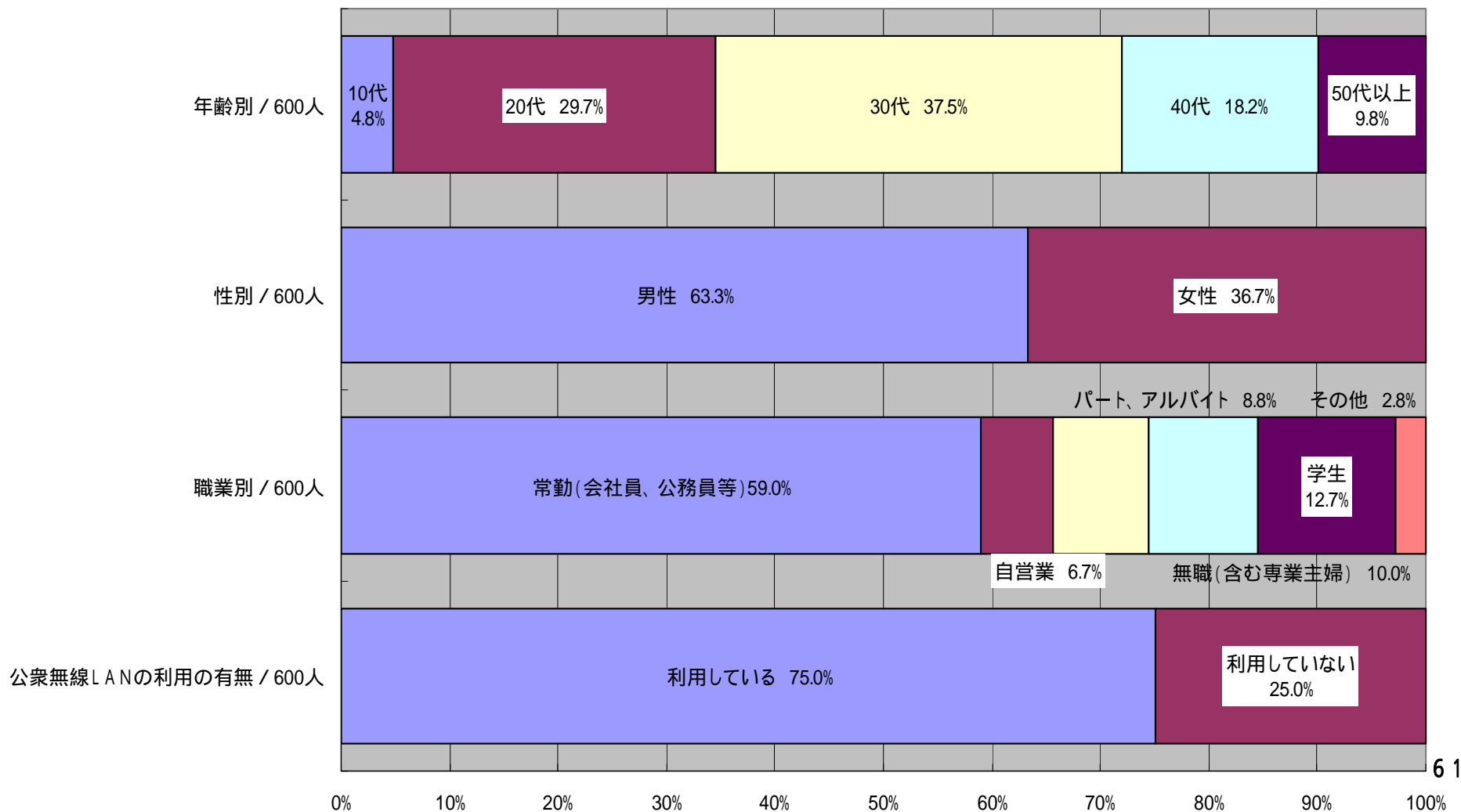
調査対象: 個人利用者600名(アンケート調査会社が把握しているサンプルの中から公衆無線LAN利用者450名、公衆無線LAN非利用者150名を抽出)

調査目的: 市場の競争状況を分析する際に必要な情報の収集

調査方法: Webによるアンケート

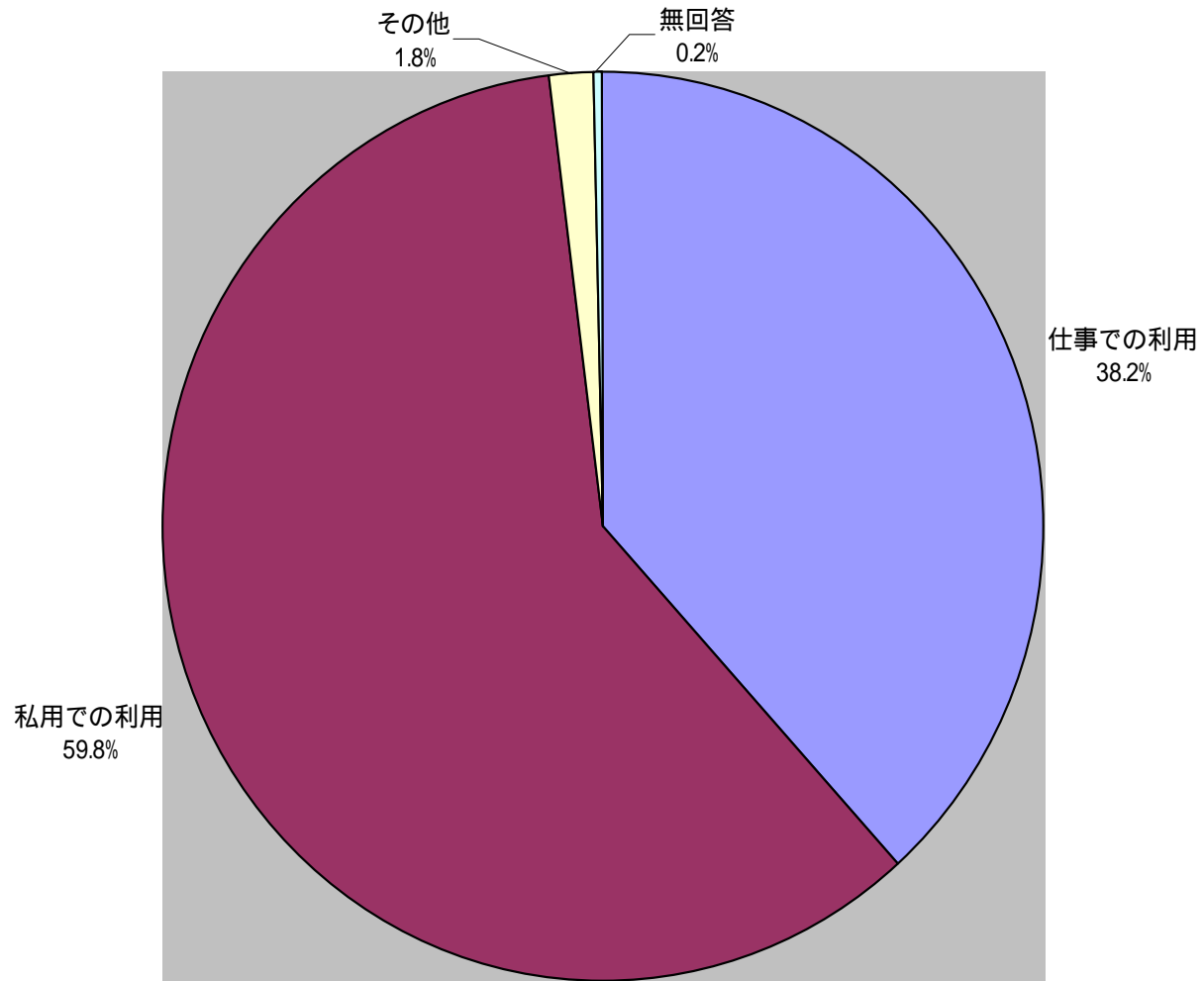
調査期間: 2004年11月9日～11月13日

最終有効回答数: 600名(100.0%)



4 - 1 公衆無線LANの利用目的(単一回答)

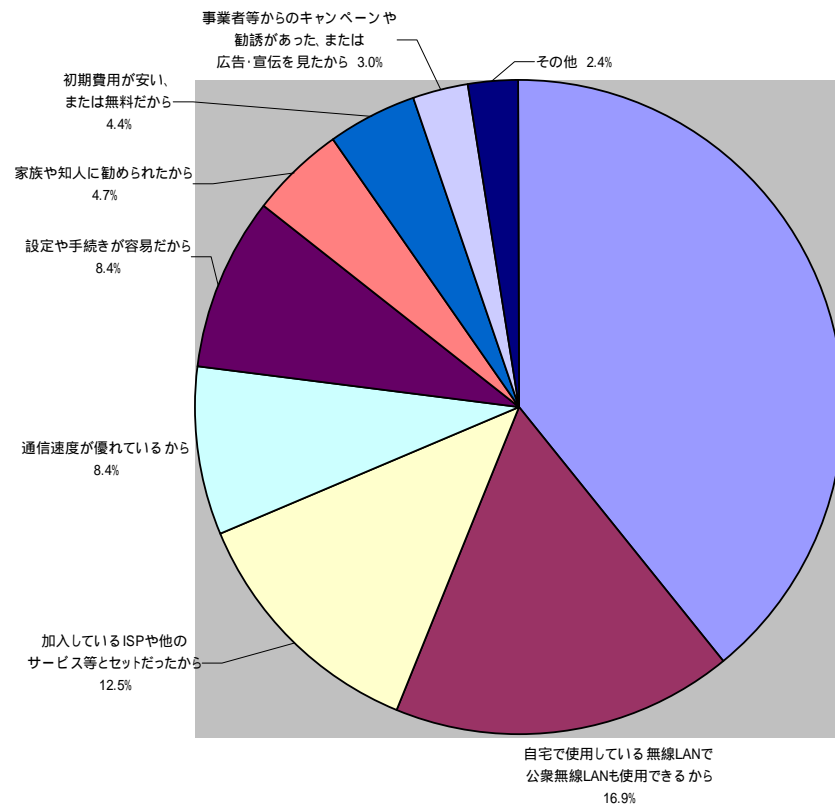
私用が6割(60%)、仕事用が4割(38%)。



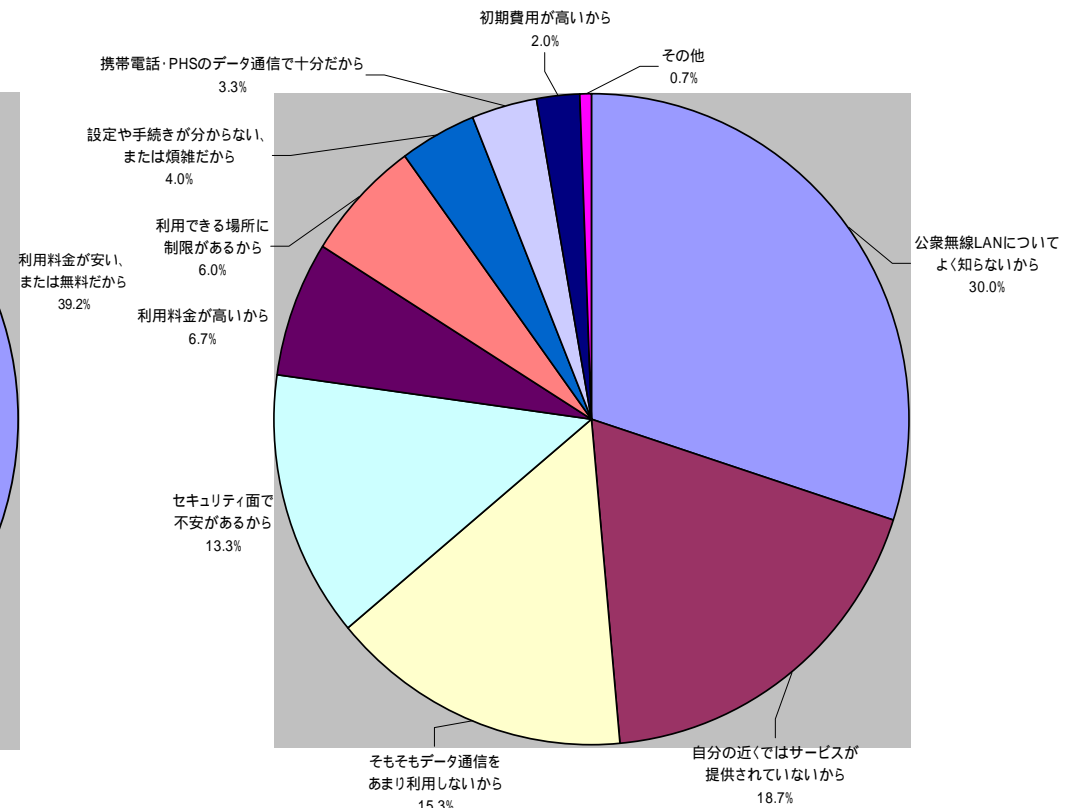
4 - 2 外出時の公衆無線LANの利用理由(単一回答)

主要な利用理由は、「料金の安さ」、「シームレスな利用環境」、「高速性」
 利用していない理由は、「必要がない」と「知らない」(45%)、「サービス不提供」(19%)、「セキュリティ面で不安」(14%)。

(利用している理由)



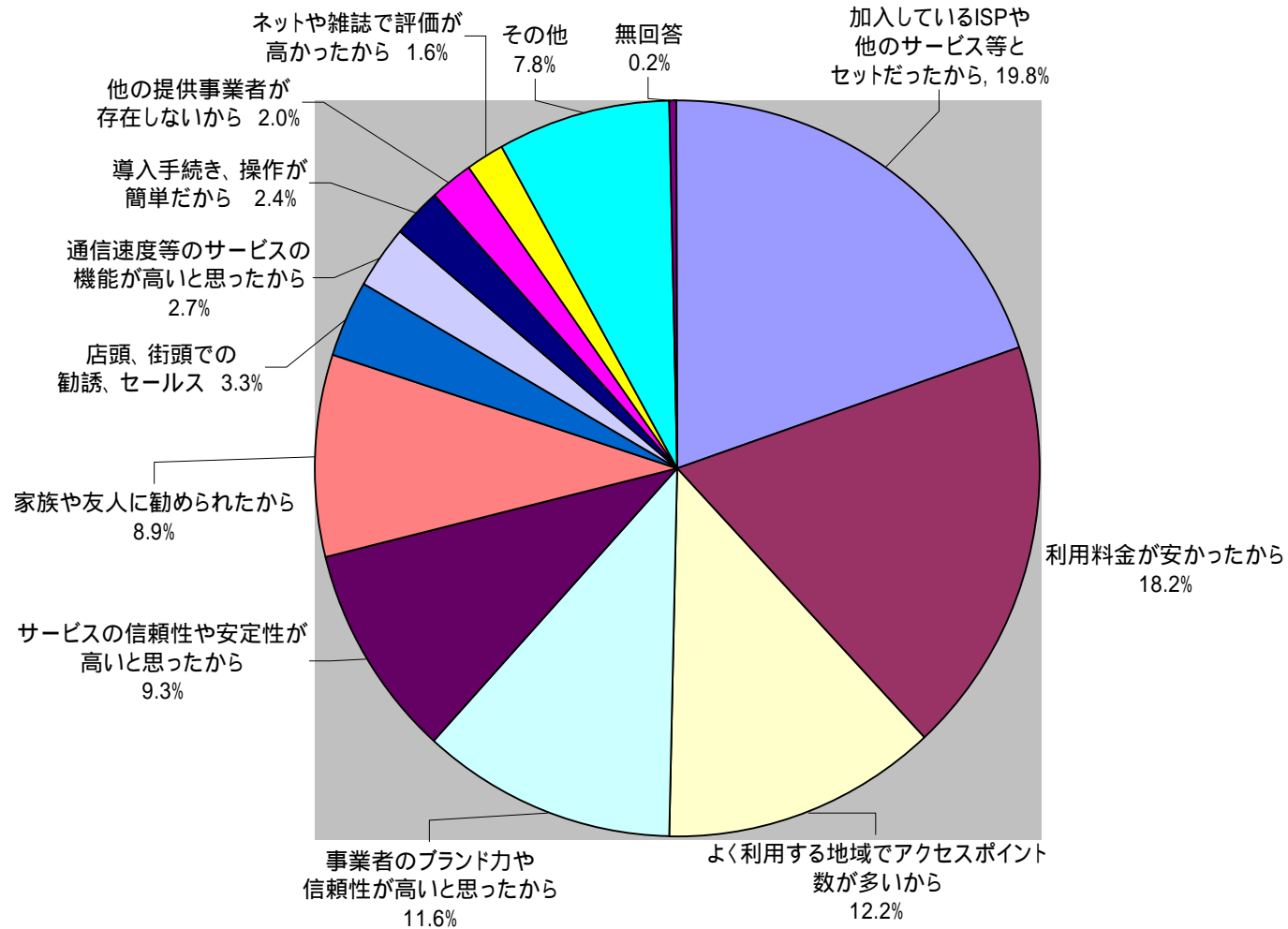
(利用していない理由)



4 - 3 現在利用の公衆無線LAN事業者を選択した理由(単一回答)

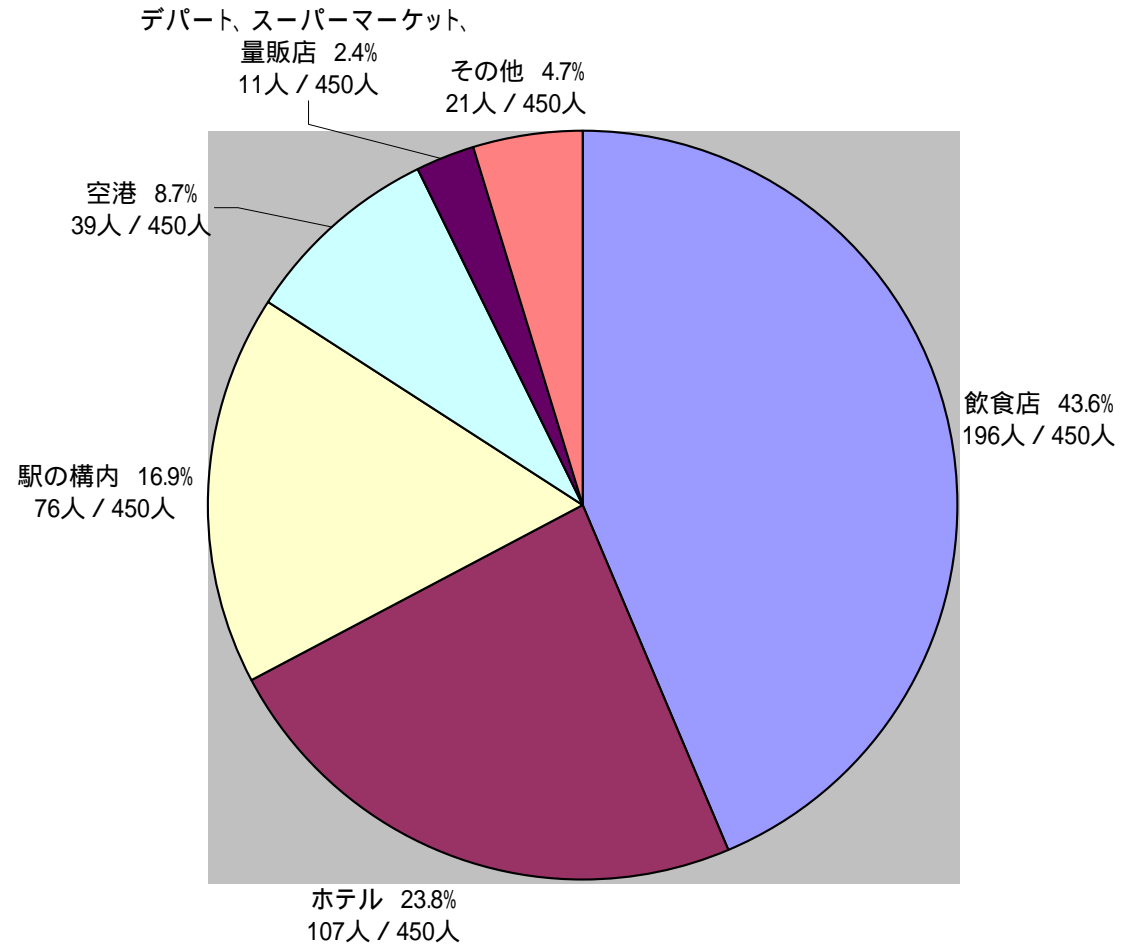
加入ISP等とのセットを理由にあげる回答が最大(20%)。

「安価な料金」(15%)、「アクセスポイント数の多さ」(12%)、「事業者への信頼」(12%)、「サービスへの信頼」(9%)が次ぐ。



4 - 4 公衆無線LANの利用場所(単一回答)

飲食店(44%)、ホテル(24%)、駅(17%)、空港(9%)で全体の9割超。

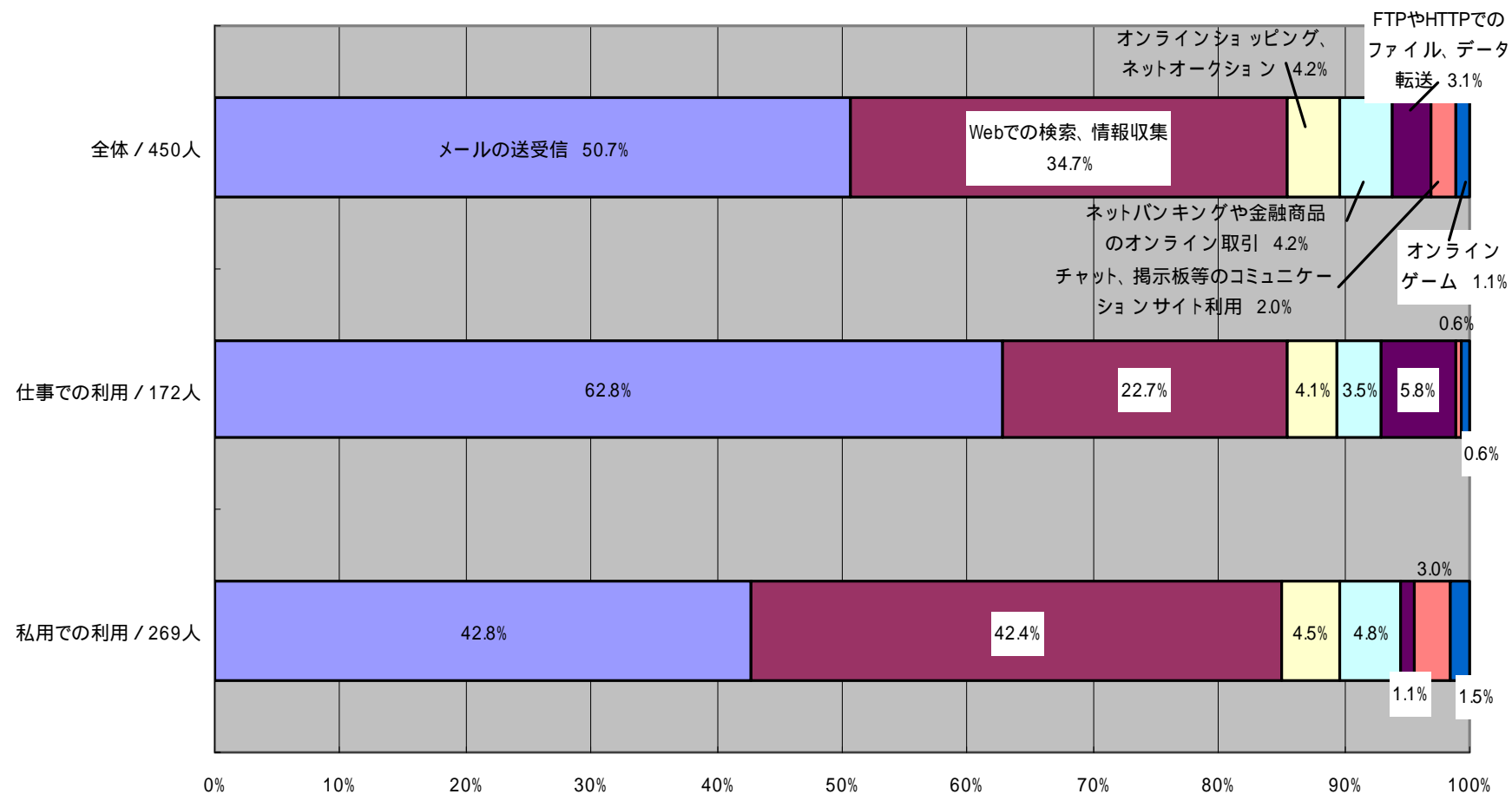


4 - 5 公衆無線LANで利用するコンテンツ、サービス(単一回答)

メール利用が過半(51%)。Web利用(35%)と併せるとほぼ9割。

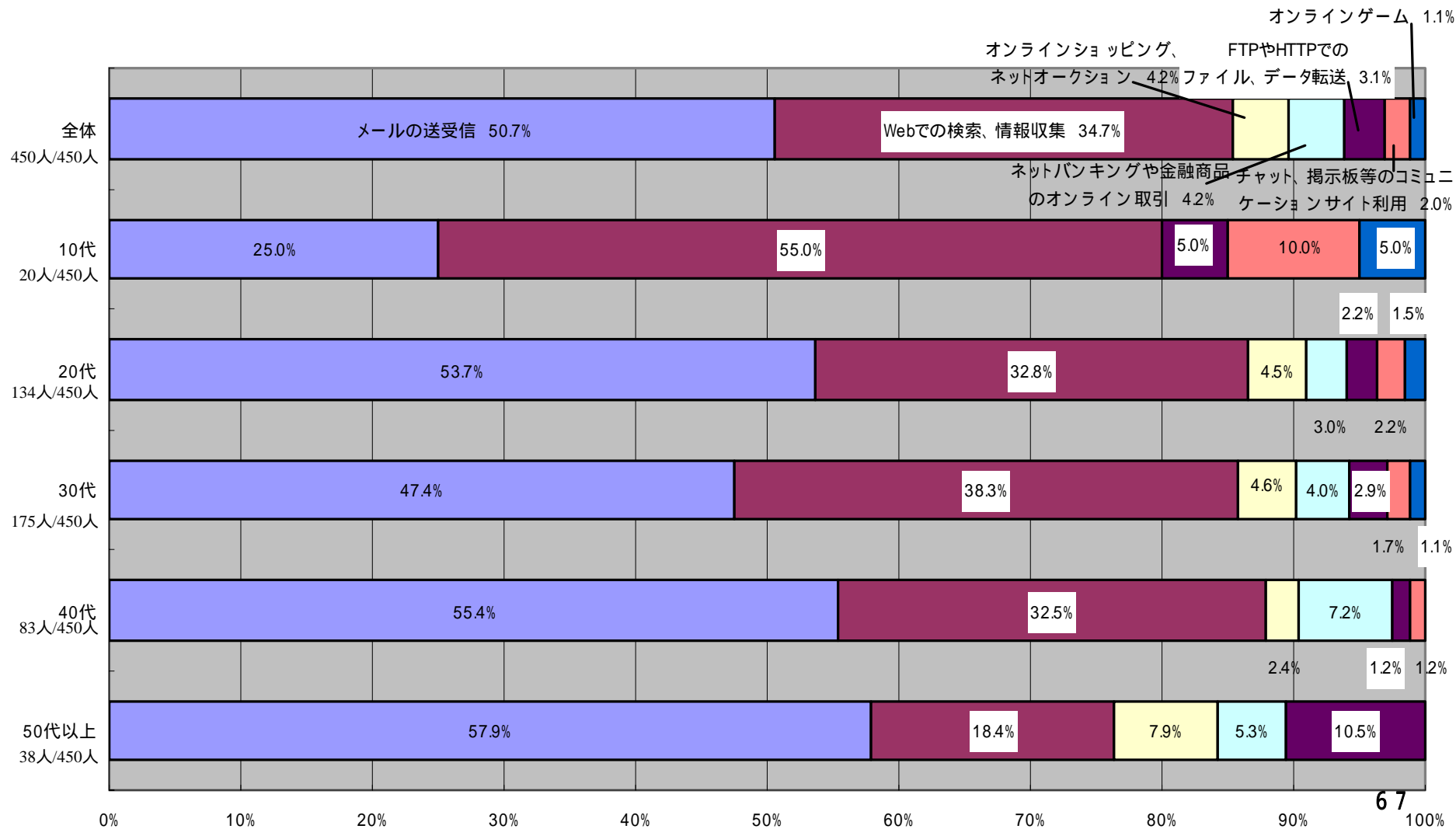
仕事ではメール利用が中心(63%)。

私用ではWeb検索(42%)が増えメール利用(43%)に並ぶ。



4 - 6 公衆無線LANで利用するコンテンツ、サービス(単一回答) - 年齢別 -

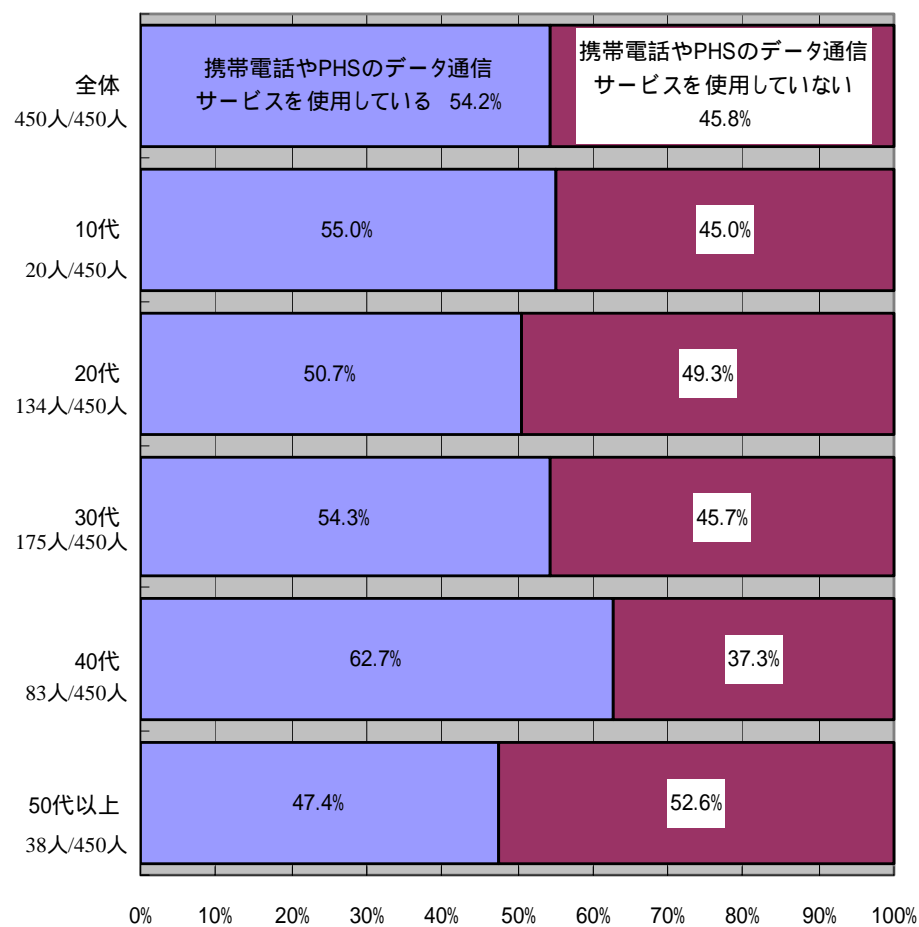
若い回答者ほどWeb利用の比率が高い。
10代のメール利用は他の年齢に比べて低い。



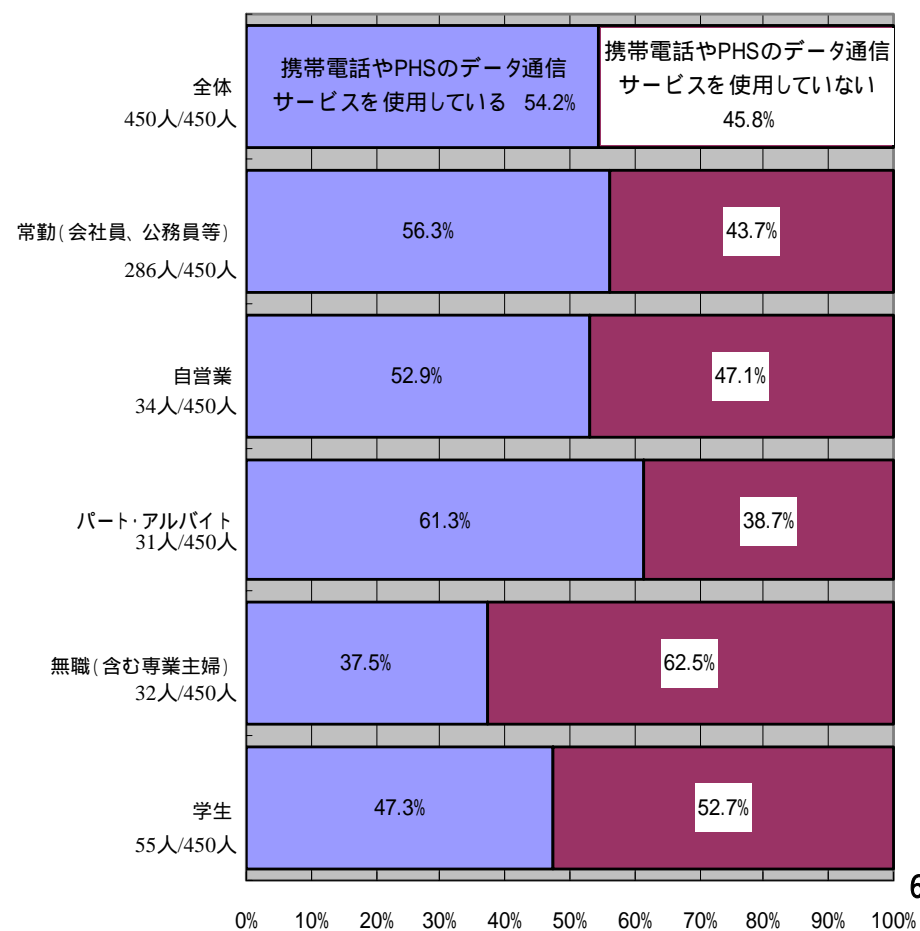
4 - 7 公衆無線LANと携帯電話等の併用(単一回答)

携帯電話 / PHSのデータ通信サービスと併用している回答者が過半(54%)。
年齢による違いは小さい。

(年齢別)

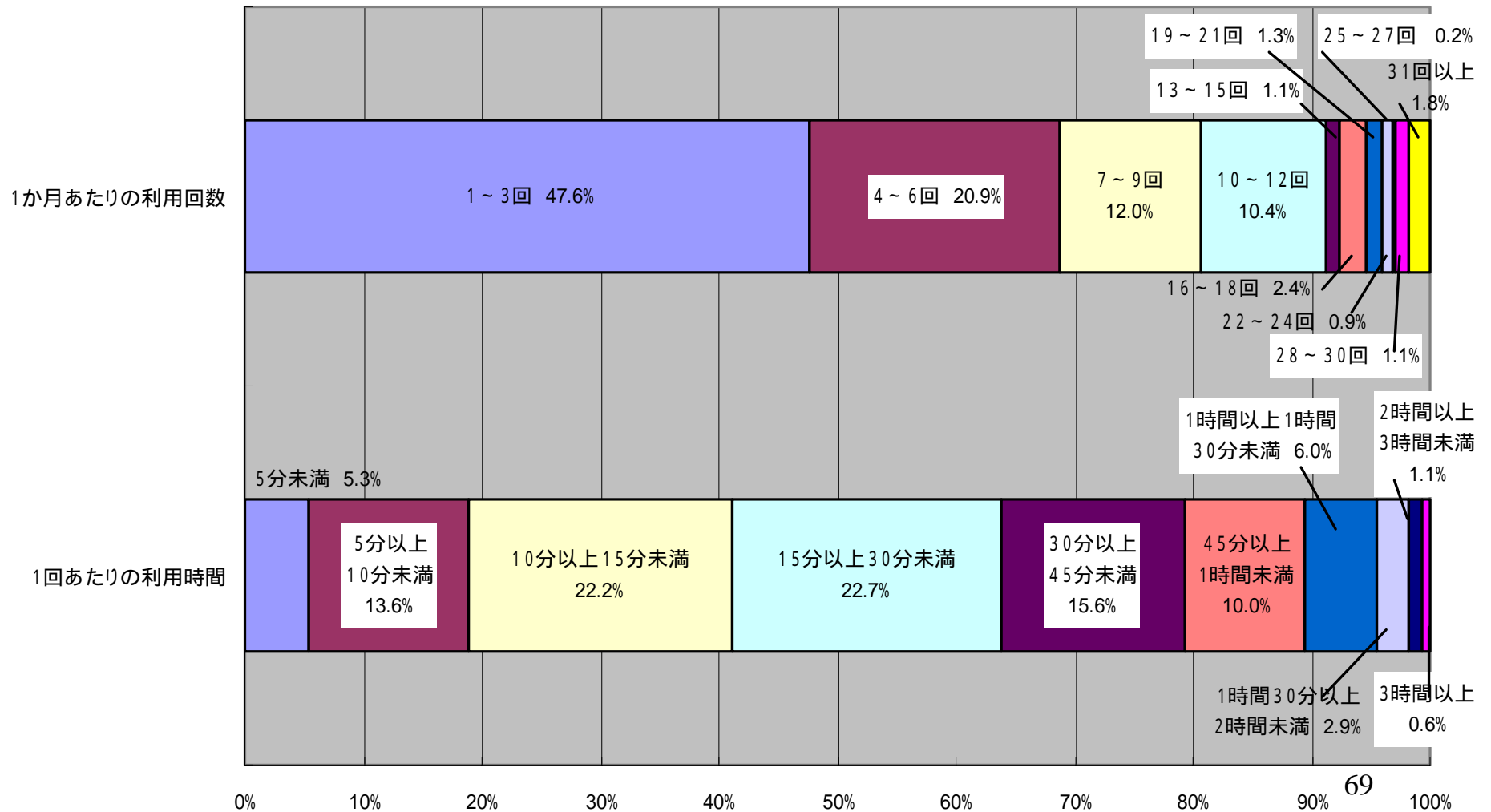


(職業別)



4 - 8 公衆無線LAN利用の回数と時間(単一回答)

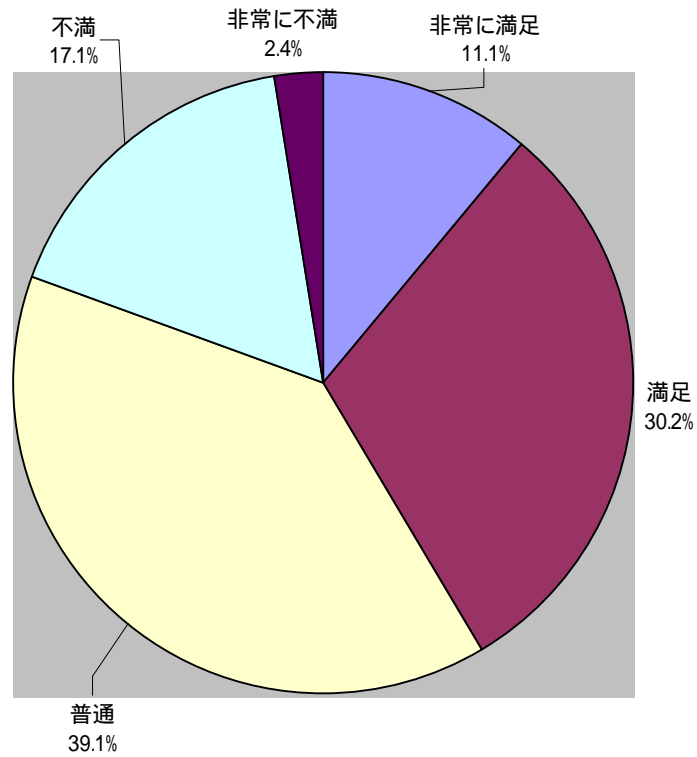
1か月の利用回数は3回以下が半数(48%)。
 利用時間は30分未満が2/3(64%)。



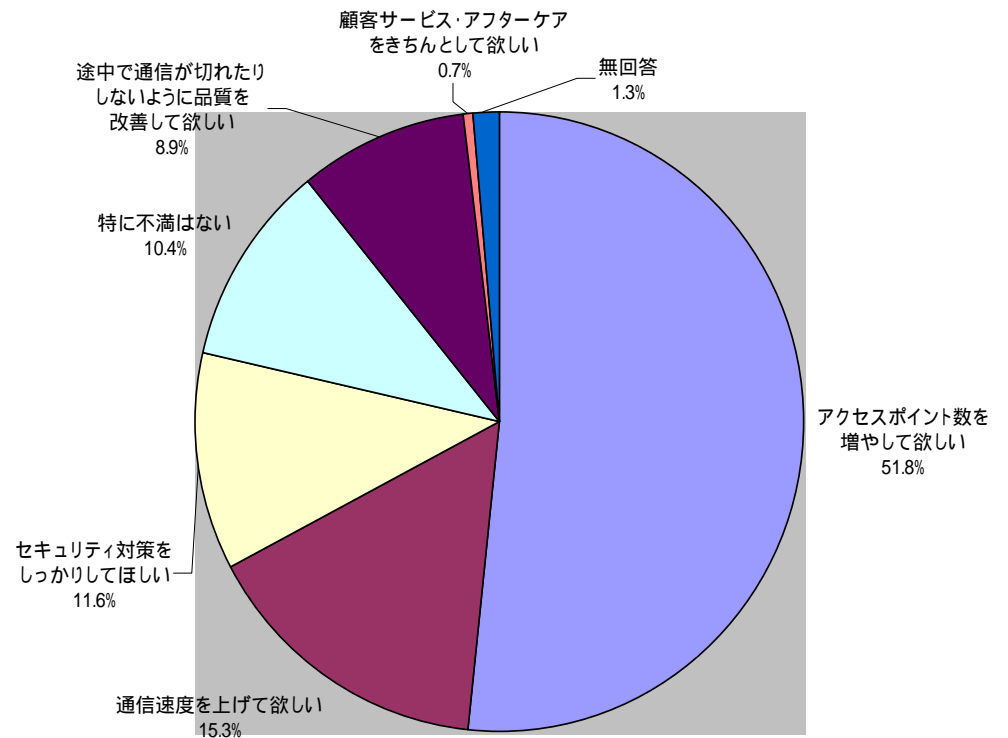
4 - 9 利用料金の満足度 / 料金以外の不満点(単一回答)

満足度は「非常に満足」、「満足」で4割超。「普通」を加えると8割超。
不満点はアクセスポイント数が過半。通信速度、セキュリティが次ぐ。

(利用料金の満足度)

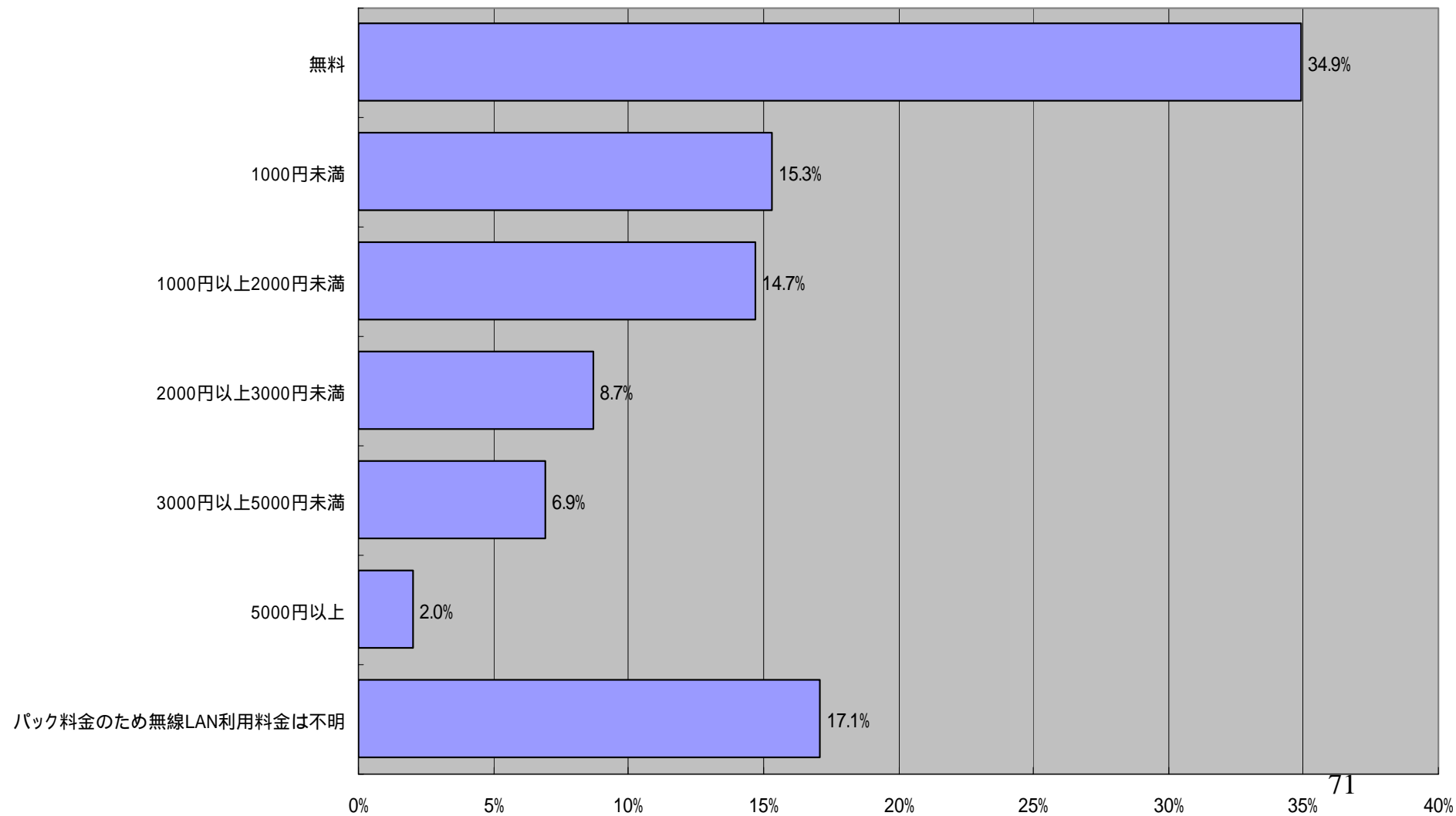


(料金以外の不満点)



4 - 10 月額支払料金の水準(単一回答)

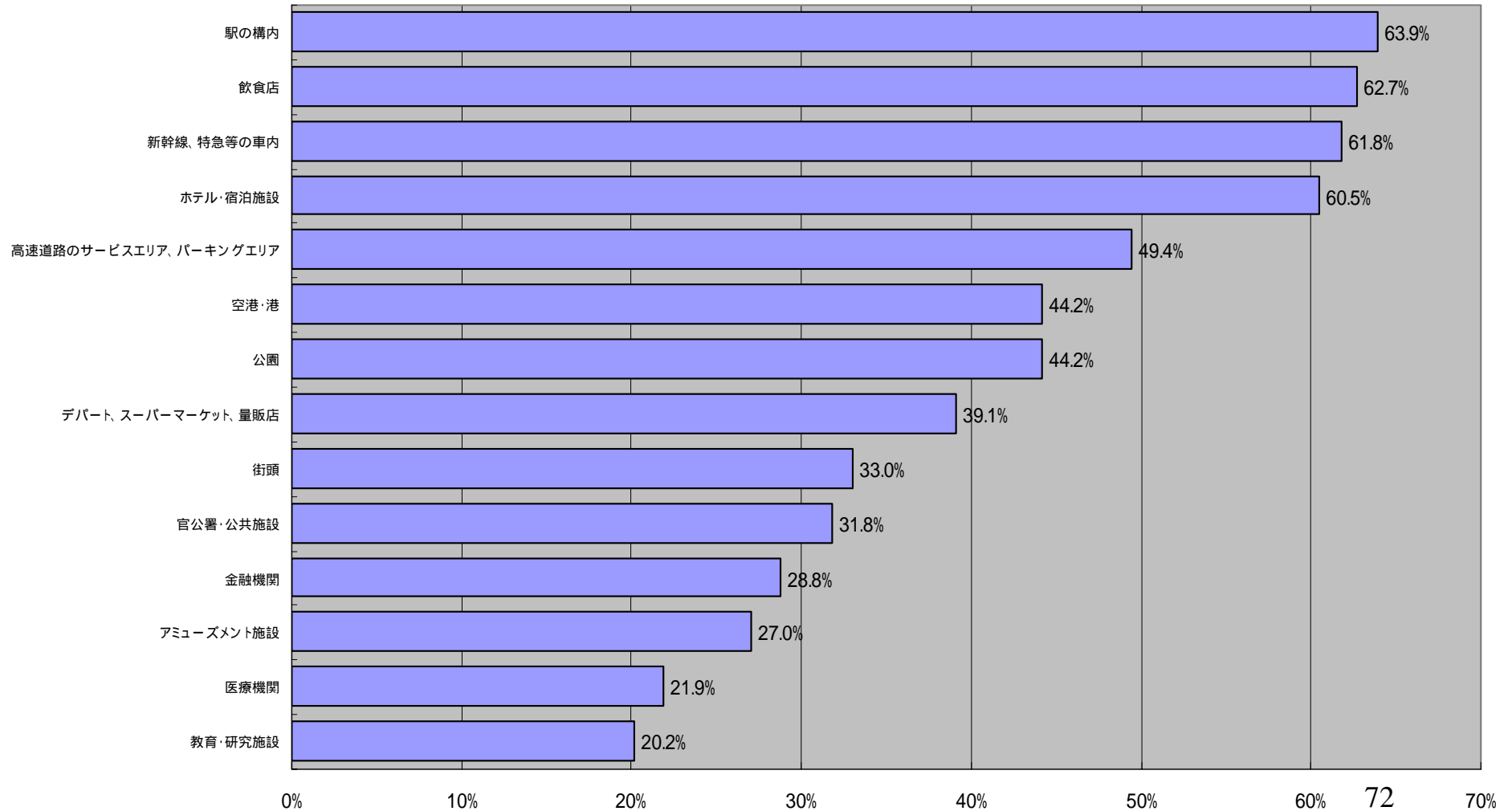
「無料」が1/3(35%)。2000円未満を加えると2/3(65%)。



4 - 11 アクセスポイントの設置希望場所(複数回答)

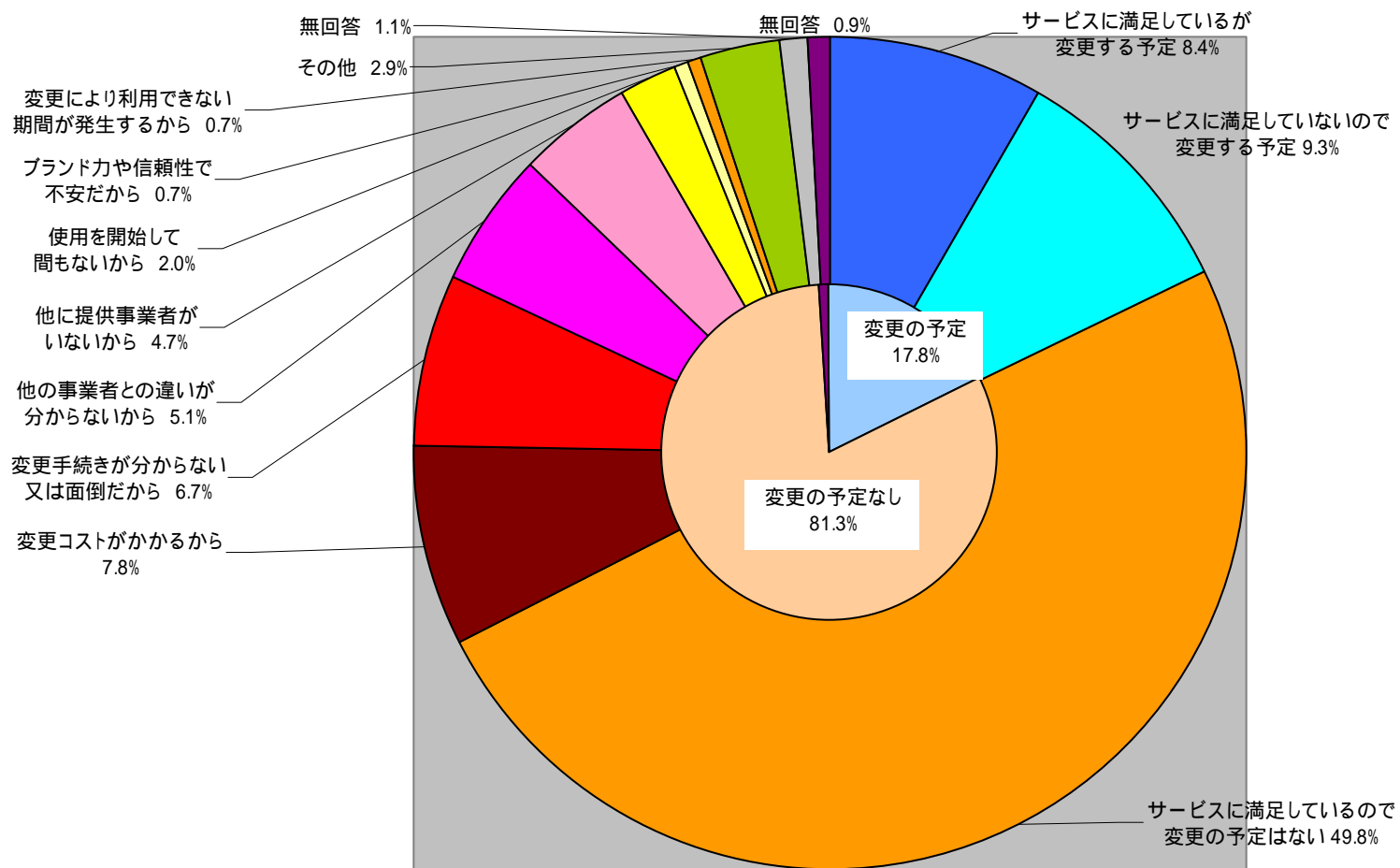
実際の利用場所の上位と一致。

現在利用できていない「新幹線、特急等の車両」の移動体内での利用ニーズも高い。



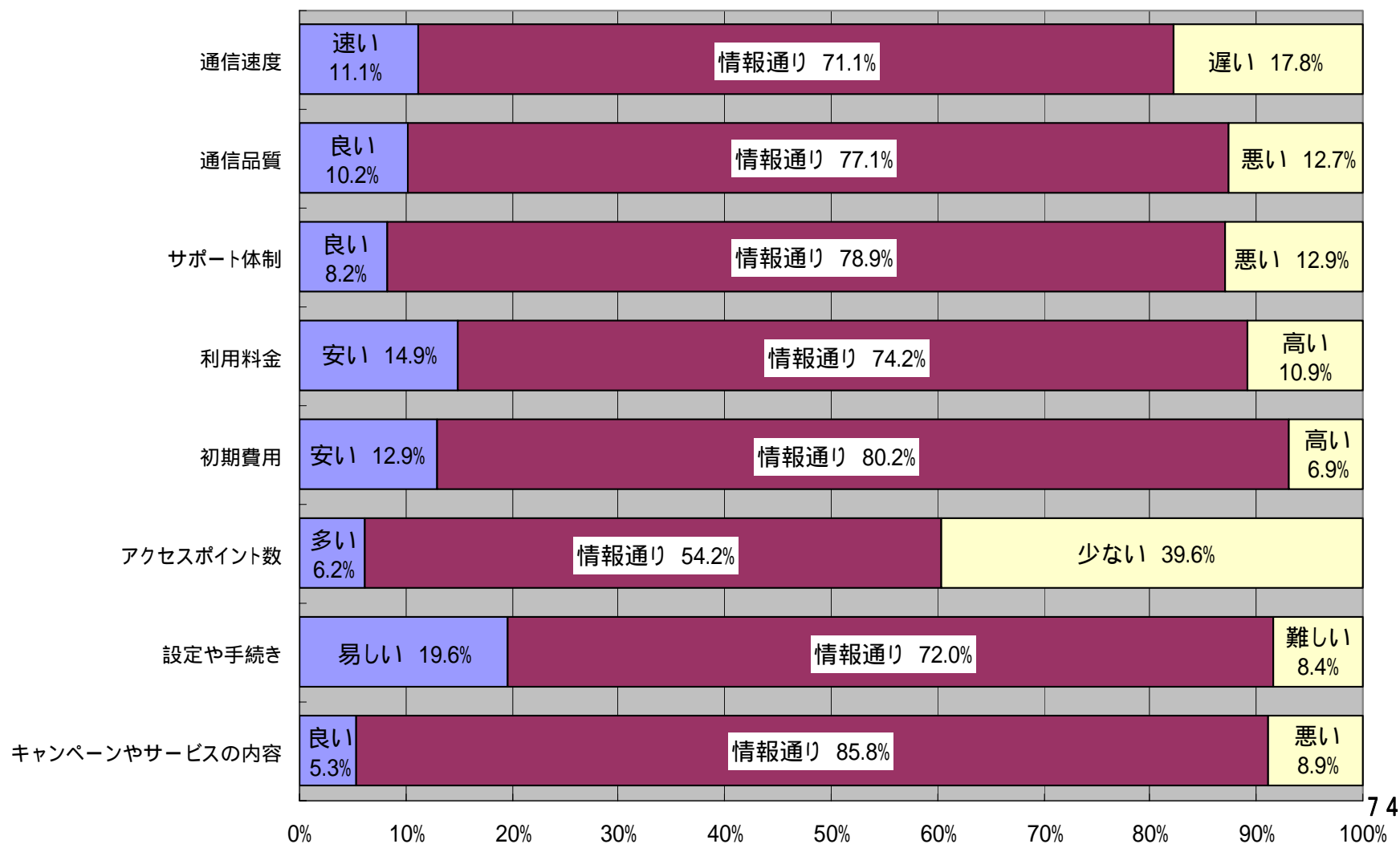
4 - 12 事業者の変更予定(単一回答)

「満足しているので変更の予定はない」が約半数。
 「満足していないが変更の予定はない」(32%)を加えると8割。



4 - 13 公衆無線LANを利用して受けた印象(単一回答)

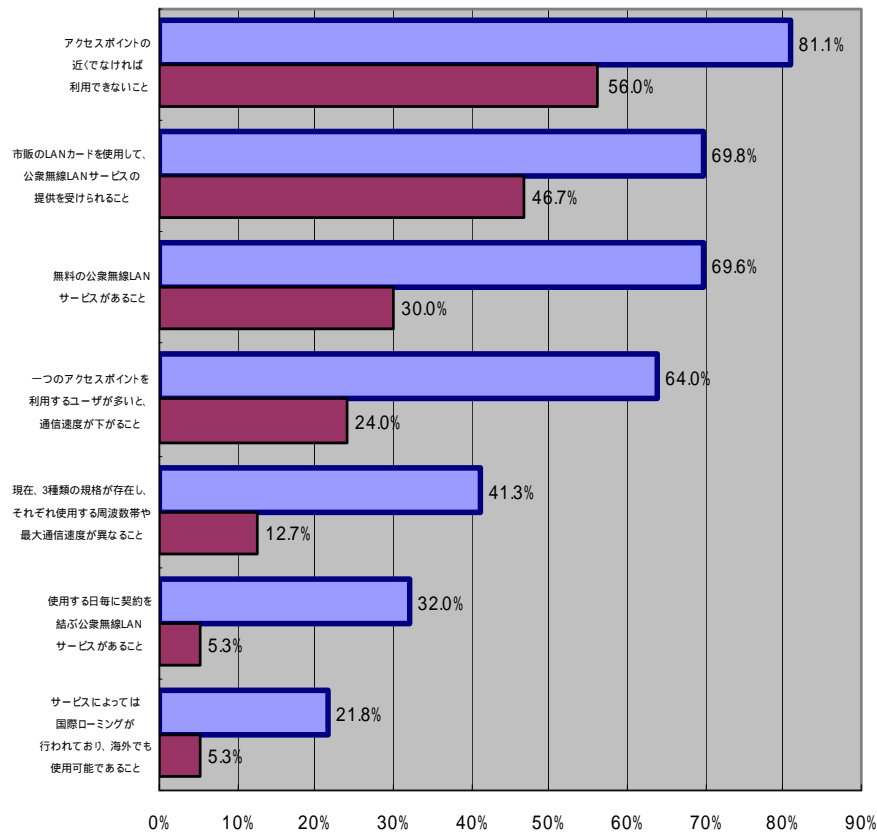
アクセスポイント数を意外に「少ない」と感じた利用者の比率が4割(40%)と際立つ。
 設定や手続きを意外に「易しい」と感じた利用者の比率も2割と比較的高い。



4 - 14 公衆無線LANに関する知識(複数回答)

利用者と非利用者の理解度に大きな差。
20～40代が比較的知識あり。

(利用者との比較)



■ 公衆無線LANを利用している ■ 公衆無線LANを利用していない

(年齢による比較)

