

携帯電話・PHS事業の現状に関する分析

通信経済研究部主任研究官 長島 俊一
研究官 石田 隆章
担当研究官 橘 成泰

【要約】

- ① 98年度末までの加入者数の推移のデータから推定した携帯電話とPHSを併せた移動体通信の最大普及率は、全国で46.1%程度と見込まれる。
- ② 昨年度に引き続き、携帯電話事業者及びPHS事業者に対しアンケート調査を行った。今後の事業展開についての考え方は、昨年度は両者がほぼ同様の傾向を示していたのに対し、本年度の調査では、両者の考え方には、大きな違いが現れている。

「現在及び将来における最優先課題」については、携帯電話事業者の7割強が、将来（3年後程度）には、「主に加入者からの収入増による収益改善」が最優先課題であると回答しているのに対し、PHS事業者の5割近くは、将来においても「加入者数の増加」が最優先課題と回答している。

「サービスエリアの展開」については、携帯電話事業者は引き続き積極的に推進しており、まだカバーできていない行楽地やリゾート地についても、積極的に取り組む意向を示している。一方、PHS事業者は、5割近くがほぼ一段落したと回答しており、昨年調査では5割近くいた「積極的に展開を進めている」という事業者は、1割を切っている。

これらの違いは、携帯電話、PHSそれぞれの置かれた現状を反映している。携帯電話事業者は、好調な加入者数の増加を背景に、新たなサービスを次々に開発して、TV広告等も積極的に行っている。PHS事業者がこれに対抗していくためには、携帯電話に比べてデータ通信速度が速いという特徴を最大限に活かして、インターネット接続や情報配信の需要の立ち上がりを捉えていくことが重要であると考えられる。
- ③ IMT 2000の与える影響に関するアンケート調査結果をみると、移動体通信事業者各社は、統一的なイメージを持っているとはいえず、意見が分かれている。

移動体通信は、将来的にはIMT 2000に統合されるという見方と、利用形態や料金等によってすみわけができるとの見方があり、一方では、業界再編が進むとの意見も多い。

移動体通信事業者は、こうした将来像も考慮しながら今後の事業展開を進めていく必要に迫られているといえよう。

1 はじめに

本研究の目的は、「携帯・自動車電話事業及びPHS事業」(以下「移動体通信事業」)の現状を把握し、今後の政策展開のための議論の基礎資料を提供することにある。

技術の発展に伴うサービスの高度化・多様化、さらには、料金の低廉化・多様化を背景に、移動体通信は、ここ数年、大方の予想を超えて急速に普及し、99年5月末現在4,896万加入と人口普及率でみて38%を超えた。

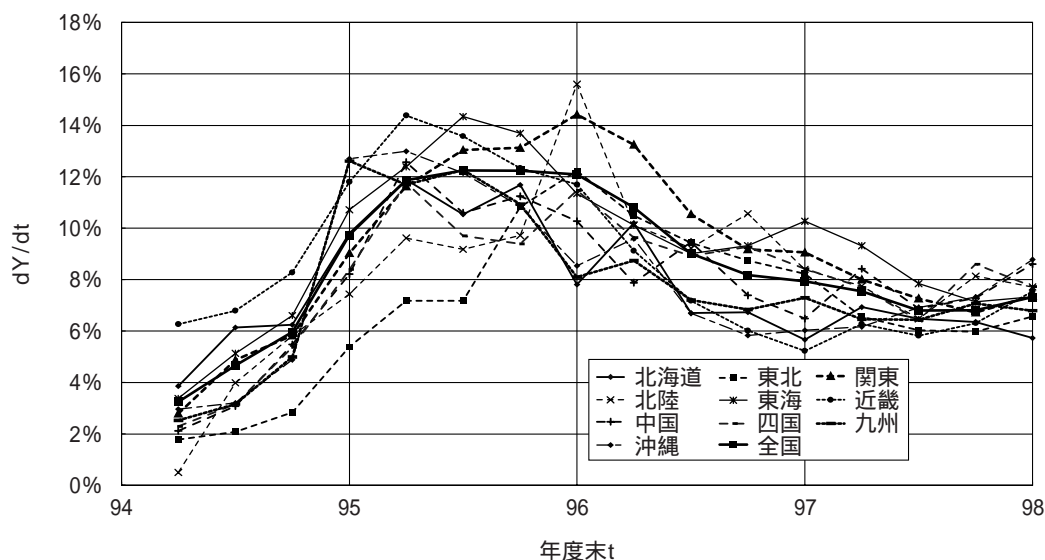
しかしながら、サービス間の普及状況の差は大きい。携帯・自動車電話(以下「携帯電話」)の加入者数は、99年5月末現在4,317万人に達し、前年同月比30%増と引き続きハイペースで伸びているのに対し、PHSに関しては、前年同月比13%減の579万人となっている。ただし、99年4月についてみると、PHSの加入者数が1年7か月ぶりに増加に転じており、5月も微減と、減少に歯止めがかかってきたように見える¹。

本研究では、昨年度に続いて移動体通信事業者全社に対して今後の事業展開等に関するアンケート調査を実施し、それらから得られたデータをもとに分析を行った。

本稿の構成は次のとおりである。まず、次節において、移動体通信サービスの普及状況を分析し、最終的な普及水準の推定を行う。次に、99年1月に実施したアンケート調査で得られたデータをもとに、第3節で、移動体通信事業者の今後の事業展開の方向性を把握し、第4節では、2001年に実用化が予定されるIMT 2000(次世代移動通信システム)の登場が、移動体通信市場に与える影響について検討する。最後の第5節においては、全体のまとめを行う。

なお、本研究は昨年度実施した「移動体通信事業の現状に関する分析」(実積寿也)(以下昨年度調査という。)に引き続き実施するものである。昨年度調査の詳細については、郵政研究所月報1998.11を参照されたい。

図表2 1 普及率の変化率(年率換算 dY/dt)²



¹ 平成10年度「通信利用動向調査」によると、携帯電話の保有率は、世帯では好調な伸びを示し(97年10月46.0% 98年11月57.7%)、事業所では前回の伸び悩みから復調(59.0% 67.3%)。PHSの保有率は、世帯で減少(15.3% 13.1%)したが、事業所では増加(11.0% 12.2%)の傾向にある。

² 四半期ごとの普及率の伸びを年率に換算したものであり、図中のtは各年度末を示す。

2 移動体通信サービスの普及状況について

携帯電話及びPHSの加入者数を合計した移動体通信サービスの契約者数の傾向を普及率の変化で見た場合、図表2-1に見られるように、増加率は96年度にピークを迎え、その後、なだらかに低下傾向を続けていたが、98年度第3四半期以降ゆるやかながら上昇の傾向を見せている。

本節では、前年度に実施した推計手法³に習いながら、今後の推移を説明する成長曲線として、初期の成長過程と成長のピーク以後の成長過程とが対称性を持たないゴンペルツ曲線をあてはめることにより、全国を10ブロックに分割した地域と全国計について最大普及率の推計を行った。式形は次のとおりである⁴。

$$Y_t = EXP(-e^{-t})$$

基本的な算出の手順は昨年度と同様であり、最大普及率、増加率が減速し始める変曲点を決める定数及びについて、残差自乗和が最小となるよう収束計算によって最適値を求めた。

普及率の推移とゴンペルツ曲線へのあてはめ結果から各地域及び全国の最大普及率を推定した結果は図表2-2のとおりである⁵。地域別にみると36.8%～51.2%までばらついており、全国では46.1%と推定される。さらに、変曲点(dY/dt最大時のt)については、図表2-1にみられるピークと整合する。

ただし、ゴンペルツ曲線においても、一度ピークを過ぎて低下しつつある成長傾向が再び上昇に転ずる局面を説明することはできない。98年度第3及び第4四半期のdY/dtの再上昇は一時的なものとも考えられるが、今後もこの傾向が持続する場合には、単一の成長曲線として捉えるのではな

図表2-2 推定結果

地域				dY/dt最大時のt
北海道	38.6%	11.83	0.71	95.5 (96年10月頃)
東北	38.4%	15.69	0.69	96.0 (97年4月頃)
関東	50.3%	11.52	0.66	95.7 (96年12月頃)
北陸	50.5%	9.31	0.56	96.0 (97年4月頃)
東海	51.2%	10.22	0.63	95.7 (96年12月頃)
近畿	44.8%	9.52	0.71	95.2 (96年6月頃)
中国	41.3%	12.45	0.67	95.8 (97年1月頃)
四国	44.9%	11.19	0.62	95.9 (97年3月頃)
九州	38.2%	13.51	0.73	95.6 (96年11月頃)
沖縄	36.8%	15.78	0.79	95.5 (96年10月頃)
全国	46.1%	10.91	0.66	95.6 (96年11月頃)

く、サービスの特性を踏まえ、複合的な成長曲線として検討を行う必要があると考えられる。

3 アンケート結果からみた今後の事業展開の方向性について

昨年度に引き続き、全国の携帯電話事業者、PHS事業者49社に対して、現状認識、今後の事業展開、2001年に実用化が予定されるIMT 2000の登場のインパクトなどについてアンケート調査を実施した。なお、NTTドコモグループは携帯電話、PHSの2つのサービスを提供していることから、3.2～3.5の設問については、それぞれの部門から回答をいただいている。

概要は以下のとおりである。

3.1 携帯電話サービスとPHSサービスの優位性の比較

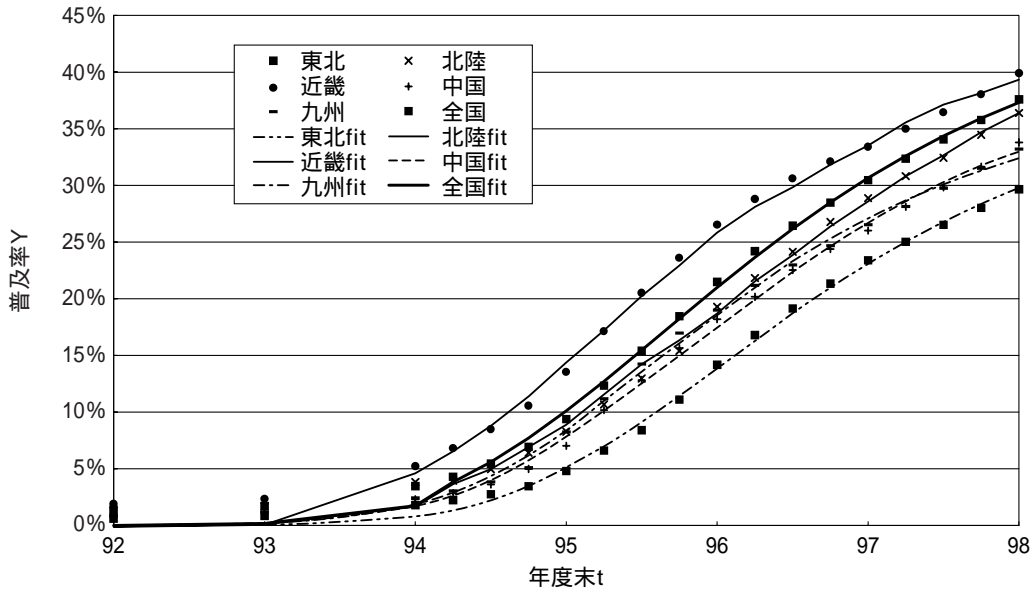
携帯電話とPHSの事業者自身が、下記(1)～(9)の

³ 昨年度はロジスティック曲線へのあてはめにより推計されている。昨年度調査 第2節参照。

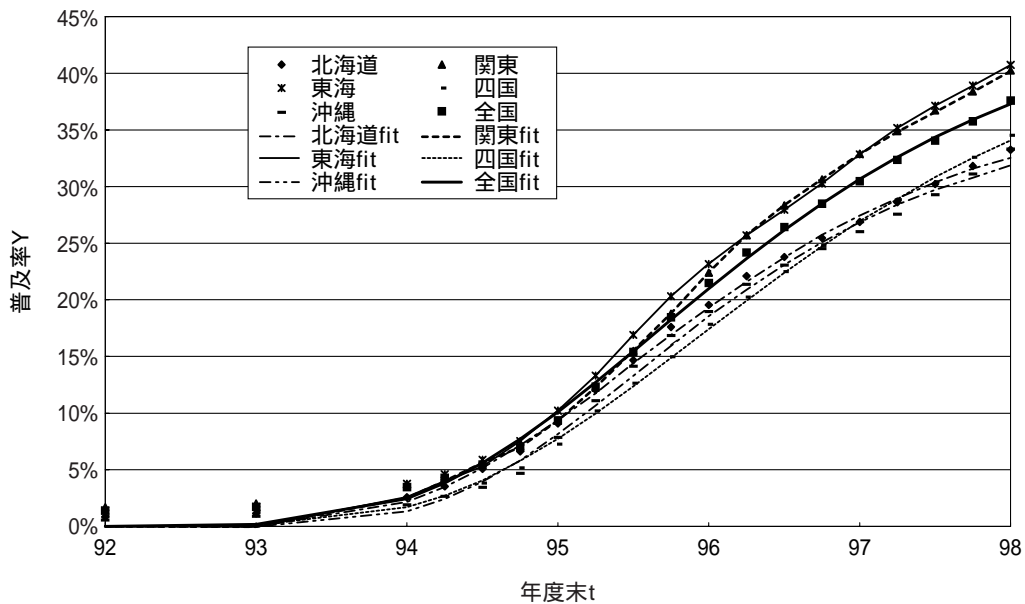
⁴ ここで、 $\rho > 1$, $\rho < -1$, $\rho > 0$ であり、tは年度末あるいは四半期末である。変曲点(dY/dtが最大値)となるのは $t = \log \rho$ / の時点である。曲線は t のとき Y_t となる。

⁵ 加入者数は、92年度末、93年度末、94年度末、95年度～98年度末までの四半期ごとのデータ計19時点のものを用い、人口については、住民基本台帳に基づく各年度末データを用い、必要に応じて、線形補間、補外を行った。

図表 2 3 曲線へのあてはめ（東北、北陸、近畿、中国、九州及び全国）



図表 2 4 曲線へのあてはめ（北海道、関東、東海、四国、沖縄及び全国）



各サービスの特性について、携帯電話とPHSを比較してどちらが優位性を持っていると考えているか、現在と将来（3年後程度）についてアンケート調査（三者択一：携帯優位、PHS優位、違いがない）し比較したものが図表3 1である。

比較項目

(1) 個人ユーザに対する訴求性

(2) 法人ユーザに対する訴求性

(3) エリアの広さ・密度(「つながりやすさ」)

(4) 通話料金レベル(基本料金含む)

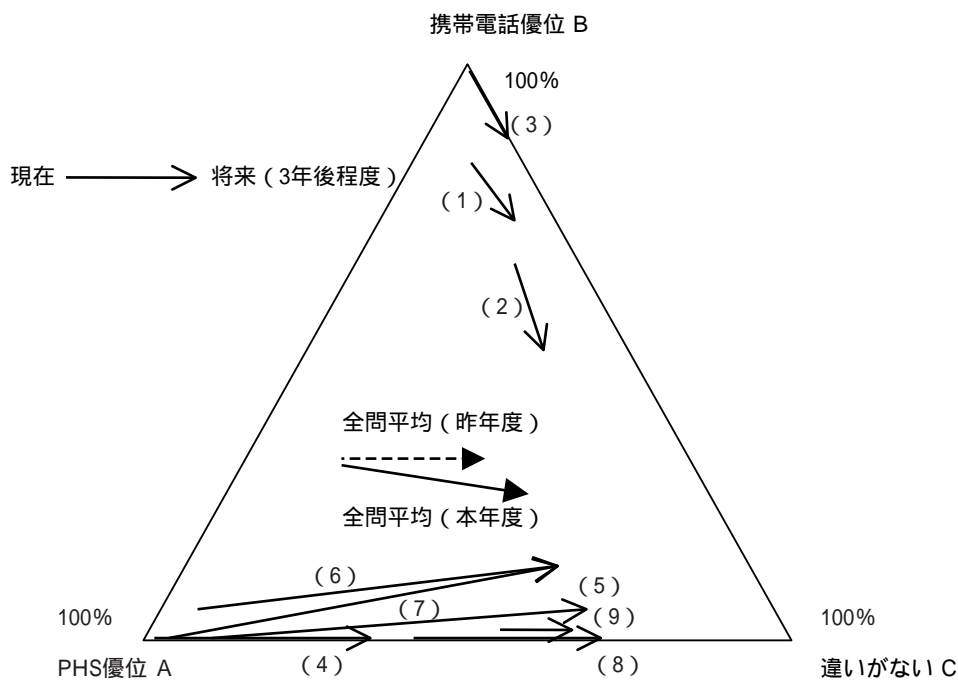
(5) 通話音質

(6) データ通信機能の訴求性(対個人)

(7) データ通信機能の訴求性(対法人)

(8) 端末の軽さ

図表3 1 携帯電話とPHSの優位性比較



(注) (PHS優位(A)、携帯電話優位(B)、違いがない(C))の構成比をプロット ただし、 $A+B+C=100\%$

(9) 端末料金

ここで取り上げた比較項目のうち、「現在」は、(1)~(3)については携帯電話が優位、(4)~(9)についてはPHSが優位の位置にある。「将来」の方向性を見ると全ての項目で「違いがない」の方向に向かっていくが、特にPHSの移行度合いが大きいことが分かる。これは昨年度調査の結果と比較しても、同様の傾向であり、全般的には大きな変化は見られない。両システム間の優位性の違いはますます埋まる傾向にある。

3.2 現在及び将来における最優先課題

現在及び将来(3年後程度)の事業展開において、各事業者が下記の(1)~(3)の課題のいずれを重視しているかを順位づけし集計、その件数を構成比で表したのが図表3 2である。

(1) 加入者数の増加

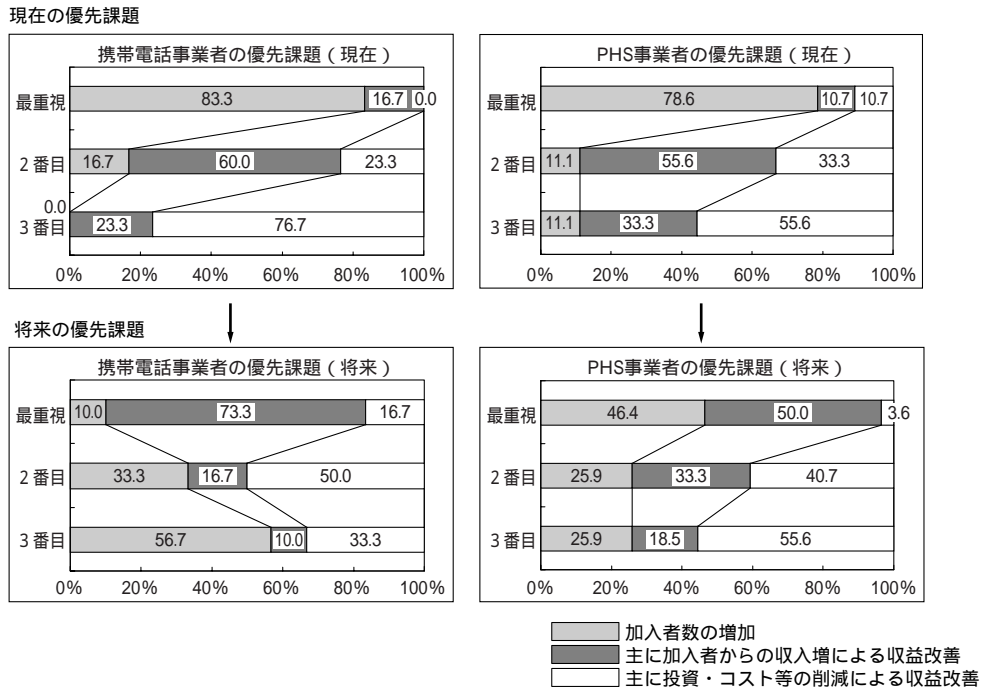
(2) 主に加入者からの収入増による収益改善
(3) 主に投資・コスト等の削減による収益改善
「現在の優先課題」については、携帯電話事業者、PHS事業者ともにほぼ同様の傾向を示しており、大部分の事業者が(1)の「加入者数の増加」を最重視していることが分かる。

一方、「将来(3年後程度)の優先課題」については、7割を超える携帯電話事業者が「加入者数の増加」に代わり「加入者からの収入増による収益改善」を最も重視するようになると考えているのに対し、PHS事業者においては、5割近くが、将来(3年後程度)においても依然として「加入者数の増加」を最重視する要素としてあげている(図表3 2、図表3 3)。

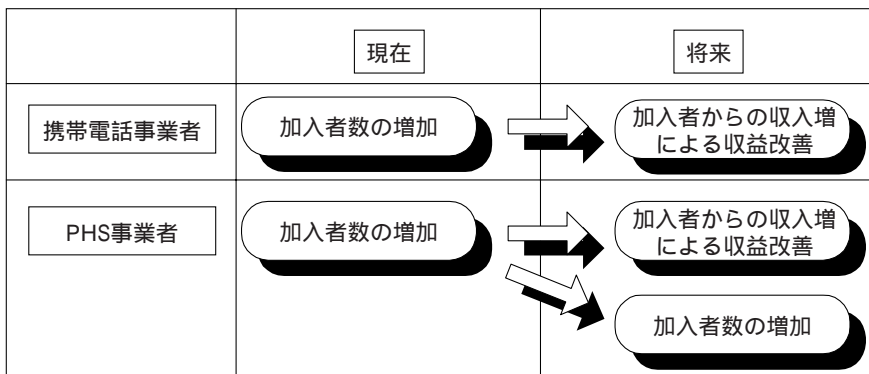
昨年度行った同様のアンケート調査⁶において

⁶ 昨年度調査 P14図4 6、図4 7

図表3 2 現在及び将来における最優先課題



図表3 3 最も重視するポイント



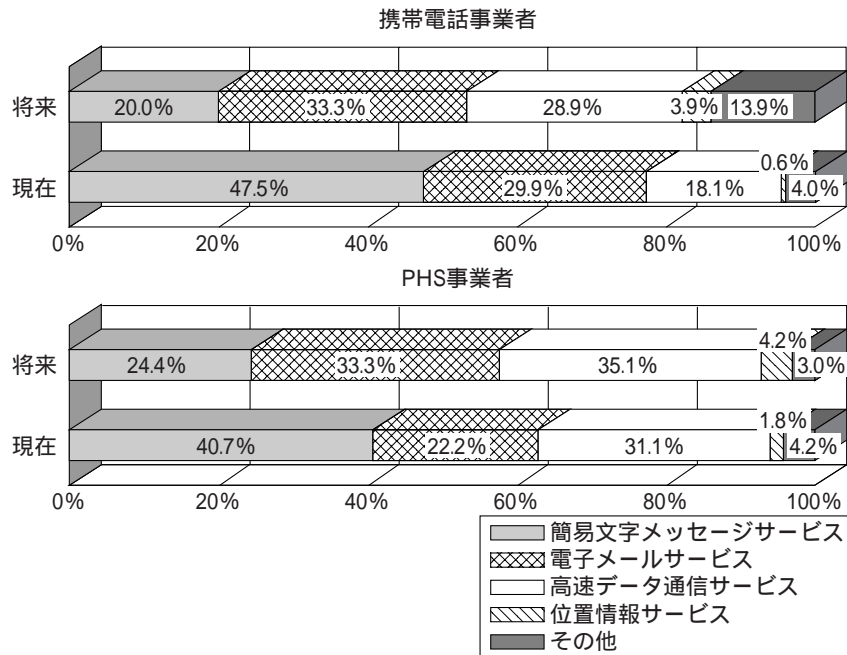
は、PHS事業者においても「将来の優先課題」としては「加入者からの収入増による利益改善」を重視していたが、前述のように今年度調査では当時の状況からは変化が見られる。これは、PHSの加入者数が97年10月から99年3月まで18ヶ月連続で減少を続け、ピーク時から18%減少⁷しているという厳しい現状を受けたものと考えられる。

3.3 非音声系のサービスについて

「現在主流となっている非音声系サービス」及び「将来（3年後程度）伸ばしたい非音声系サービス」のそれぞれについて、各事業者に下記(1)~(5)の中から優先度が高いものを3つ選択し、順位づけして頂いた。これを、1位3ポイント、2位2ポイント、3位1ポイントとして換算し、各サービスの獲得ポイントの累計を構成比で表した

⁷ 97年9月の7,068千台に対し、99年3月は5,780千台。

図表3 4 現在主流となっている非音声系サービス及び将来伸ばしたい非音声系サービス



のが図表3 4である。

- (1) 簡易文字メッセージサービス
- (2) 電子メールサービス
- (3) 高速データ通信サービス
- (4) 位置情報サービス
- (5) その他

「現在主流となっている非音声系サービス」としては「簡易文字メッセージサービス」を選択した事業者が、携帯電話、PHSともに多数を占めている。携帯電話事業者においては、これに次いで、「電子メールサービス」、「高速データ通信サービス」の順に回答が多いが、PHS事業者においては、現状において携帯電話に比べ優位にある通信速度を活かせる「高速データ通信サービス」を選択するものが多かった。

「将来伸ばしたい非音声系サービス」については、携帯電話事業者、PHS事業者ともに「簡易文字メッセージサービス」の比重が大きく低下し、「電子メールサービス」、「高速データ通信サービス」の占める割合が大きくなる。各事業者とも、

データ通信速度の向上により、簡易なものからより大量のデータを送信するサービスへ移行していくと認識していることが読み取れる。特に携帯電話事業者で、将来において「高速データ通信サービス」の伸びが顕著である（現在18.1% 将来28.9%）が、これは、2001年のIMT 2000のスタートを見越してのものと考えられる。

「位置情報サービス」を選択した事業者は、携帯電話事業者、PHS事業者ともにごく少数にとどまった。

ちなみに携帯電話事業者の「将来伸ばしたい非音声系サービス」において、「その他」を選択するものが多かったが、ここではインターネットサービス、情報配信サービスがあげられており、「高速データ通信サービス」と併せ、提供サービスの多様化が想定されていると考えられる。ページャーで若い世代に広がった文字によるコミュニケーションを継承して、パソコンで一般化された電子メールが携帯電話やPHSにも広がり、移動体通信の新たな市場を切り開いている。さらに、イ

インターネットサービスや、情報コンテンツ提供サービスの展開が加速しており、携帯電話やPHSは音声によるコミュニケーションツールから、より幅広い情報伝達ツールへと進化しつつあるということが言えよう。

3.4 サービスエリア展開について

3.4.1 サービスエリア展開の現状

サービスエリアの展開が現在どのような状況にあるかについて、下記(1)~(3)を選択した事業者を構成比で表したものが、図表3-5である。比較のために、昨年度実施した同様のアンケート調査の結果⁸を図表3-6に示した。

- (1) 積極的に展開を進めている
- (2) 展開は進めるがペースは鈍化している
- (3) ほぼ一段落している

昨年度調査においては、PHS事業者、携帯電話事業者ともに、積極的にサービスエリア展開を進めているという事業者が圧倒的に多かった(図表3-6)。中でもPHS事業者については、参入時

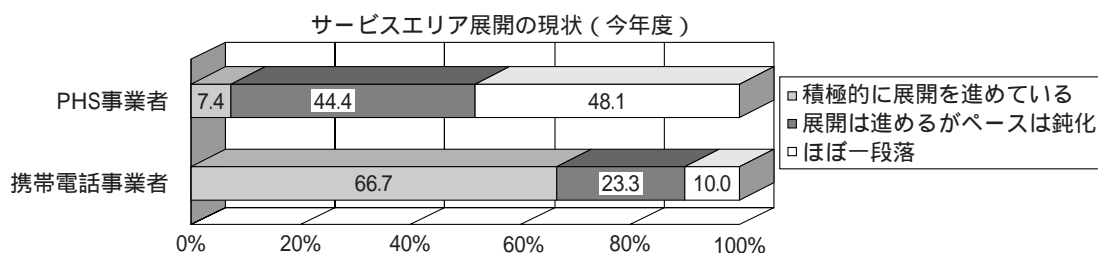
期が遅かったということもあり、携帯電話事業者に比べても約10%高くなっていた。

今年度調査(図表3-5)においても、携帯電話事業者については、10%の事業者が「ほぼ一段落」と回答しているものの、依然として積極的にサービスエリア展開を進めている姿勢がうかがえる。これは引き続き加入者の増加が続いていることによるものと思われる。

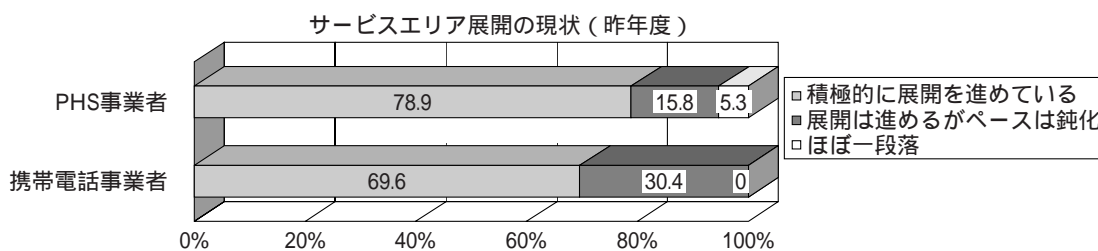
これに対し、PHS事業者については、「ほぼ一段落」と回答した事業者が半数に迫り、「積極的に展開を進めている」とした事業者は少数にとどまった。1年間でこれほど大きな変化が見られた背景としては、スタート時点からの加入者急増に伴い、基地局を積極的に展開してきた(図表3-8参照)にもかかわらず、97年9月をピークに加入者数が減少に転じたことへの対応があるものと考えられる。

なお、図表3-7、図表3-8は昨年度及び今年度のアンケート調査をもとに、携帯電話及びPHSの基地局数の推移を集計したものである。携

図表3-5 今年度調査結果「サービスエリア展開の現状」

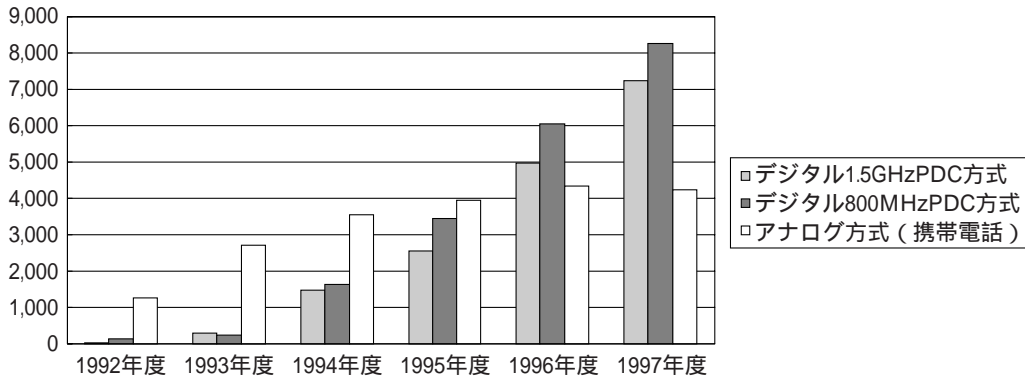


図表3-6 昨年度調査結果「サービスエリア展開の現状」



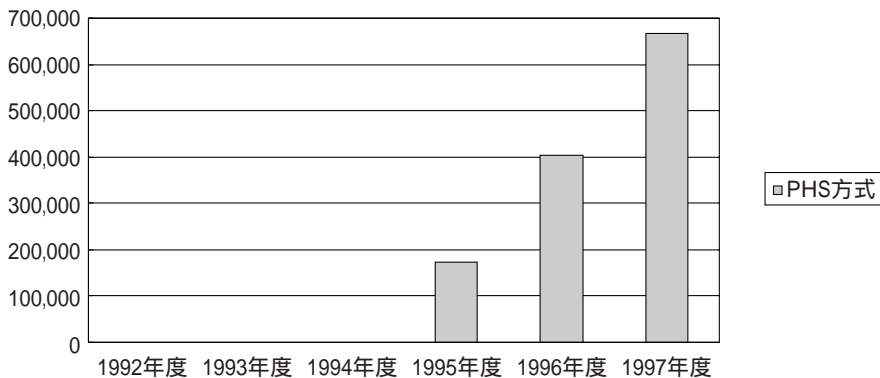
⁸ 昨年度調査 P15図4-8

図表3 7 基地局数の推移（携帯電話）



92～96年度は昨年度アンケート調査結果、97年度については今年度調査結果による数値を利用

図表3 8 基地局数の推移（PHS）



92～96年度は昨年度アンケート調査結果、97年度については今年度調査結果による数値を利用

携帯電話事業者については、ほぼデジタル化が完了したことに伴いアナログ形式が減少に転じたものの、全体としては大きな伸びを示している。PHS事業者についても97年度時点ではまだ基地局数は大きく伸びている。

3.4.2 サービスエリア展開における重点課題

サービスエリアの展開に際して、各事業者が自社の目標をほぼ達成したと考えているポイントを下記(1)～(5)それぞれのカバー率・密度⁹の中から選択（複数選択可）し、その件数を携帯電話事業

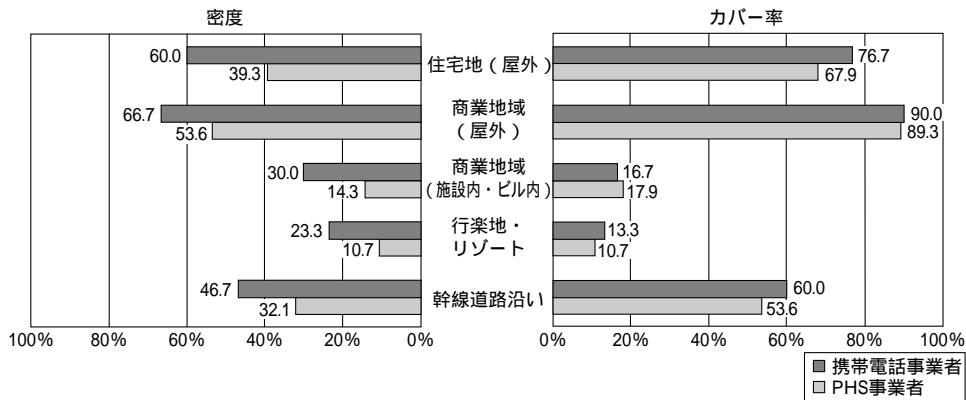
者、PHS事業者ごとに集計したのが図表3 9である（右側にカバー率、左側に密度を表示）。

- (1) 住宅地（屋外） [カバー率・密度]
- (2) 商業地域（屋外） [カバー率・密度]
- (3) 商業地域（施設内・ビル内） [カバー率・密度]
- (4) 行楽地・リゾート [カバー率・密度]
- (5) 幹線道路沿い [カバー率・密度]

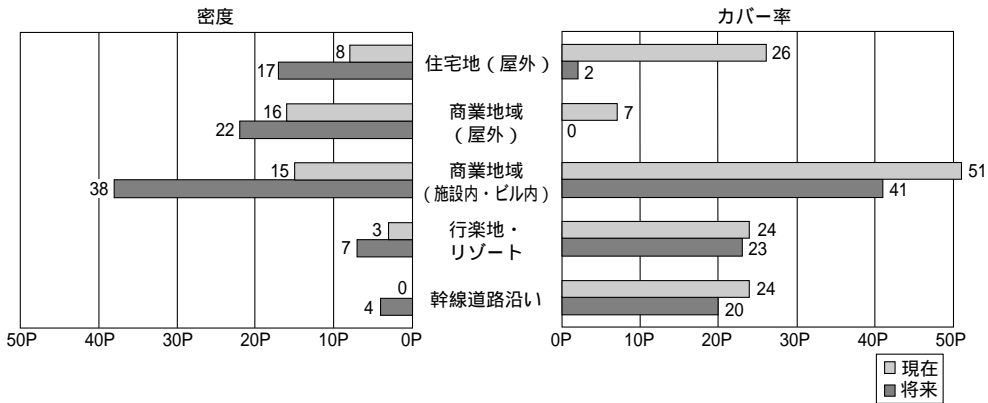
また、前記と同様の(1)～(5)のポイント（カバー率および密度）について、「現在重視しているポイント」および「将来（3年後程度）重視するポ

⁹ 「カバー率」とは、回線が混雑していない限り通話可能なエリアの広さを表し、「密度」とは同一地域で同時に通話可能な人数を表すものとする。

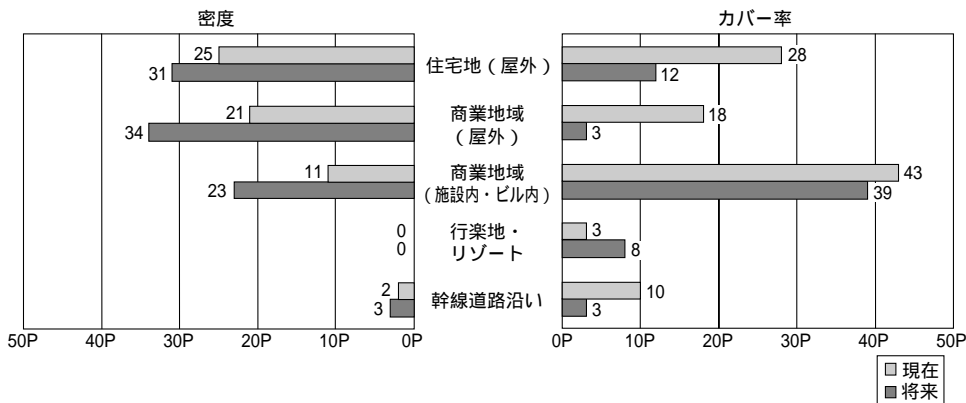
図表3 9 目標をほぼ達成したと思われるポイント



図表3 10 重視しているポイント（携帯電話事業者）



図表3 11 重視しているポイント（PHS事業者）



イント」で優先度の高いものを各事業者がそれぞれ3つ選んで順位づけをし、それをポイント化したものが図表3 10、図表3 11である（1位3ポイント、2位2ポイント、3位1ポイントとして換算し、その累計を表示した）。

携帯電話事業者、PHS事業者ともに、現在はカバー率を重視しているが、将来的には密度を重視するという傾向が見られる。

また、重視しているポイントについては、「商業地域（施設内・ビル内）のカバー率」を重視し

ている事業者が、現在から将来にわたり、多数を占めており（図表3 10、図表3 11）、そのポイントを「ほぼ達成した」と考えている事業者は2割弱にとどまっている（図表3 9）。これに対し、「商業地域（屋外）のカバー率」については、昨年度の同様なアンケート調査¹⁰においては大きな比重を占めていたものの、今年度の調査結果では、もはやそれほどの比重を占めていない。これは「商業地域（屋外）のカバー率」については「ほぼ達成した」と考えている事業者が9割に達しており（図表3 9）展開がほぼ一段落したことを表しているものと考えられる。

今年度新たに調査した「幹線道路沿いのカバー率」については、高速移動中にも通信の可能な携帯電話の方でより重視されている。また、「行楽地・リゾートのカバー率」についても、将来的には重視するとするPHS事業者も若干はいるものの、携帯電話事業者の方がより重点を置いているという状況が読み取れる。

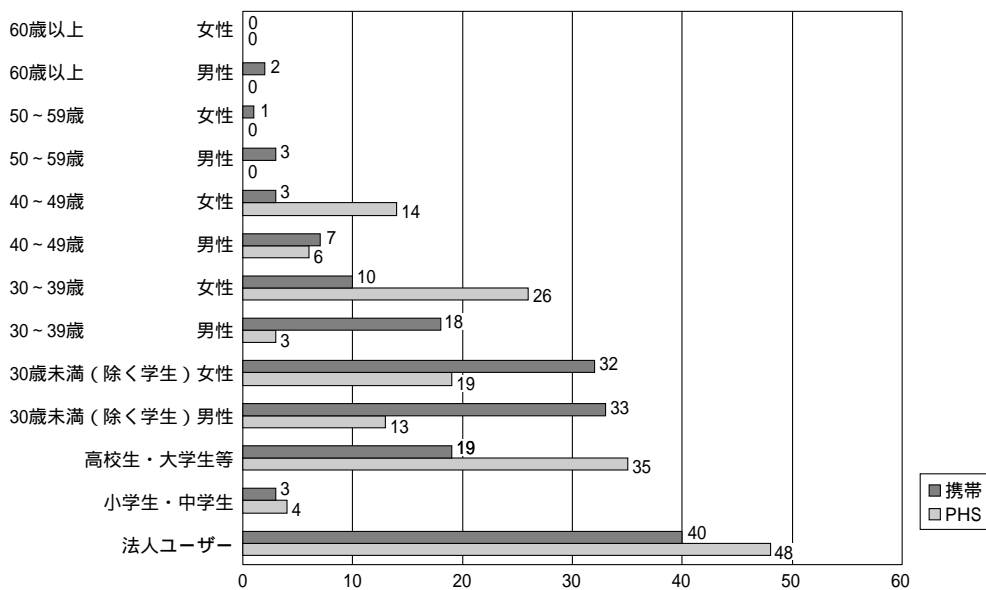
3.5 今後伸ばしたい加入者層について

各事業者に「今後伸ばしたい加入者層」について、法人ユーザー及び男女年齢層別に13に分類した中から優先度の高いものを3つ選択して頂き、その合計件数を携帯電話事業者、PHS事業者別に表したのが、図表3 12である。

昨年度に行った同様のアンケート調査においては以下のようなことが判明している¹¹（ただし昨年度アンケート調査では、「現在主流となっている（構成比が大きい）加入者層」および「将来（3年後程度）主流としたい加入者層」について調査した）。

- ・携帯電話については、現在、20～39歳が主要なユーザー層であり、携帯電話事業者は、将来的にもこの層を主流にしたいと考えている。また、将来的には法人ユーザーにも注力していきたいと考えている。
- ・PHSについても、最も大きなユーザー層は20～39歳であるが、携帯電話に比較すると20歳未満も主要なユーザー層となっている。法人

図表3 12 今後伸ばしたい加入者層



¹⁰ 昨年度調査 P15図4 9、P16図4 10

¹¹ 昨年度調査 P11～

ユーザーとともに20歳未満も将来的に成長していくユーザー層として期待されている。

今年度アンケート調査においては、携帯電話事業者、PHS事業者ともに、今後伸ばしたい加入者層として、法人ユーザーを考えているところが最も多い。その他特徴的なこととしては、法人ユーザーの次に伸ばしたい加入者層として、携帯電話事業者では「30歳未満(除く学生)の男女」、PHS事業者では「高校生・大学生」および「30歳台の女性」を考えていることが判明した。

4 IMT 2000について

2001年に実用化が予定されているIMT 2000(次世代移動通信システム)の登場が与える影響について、各事業者に聞いてみた。そこで、各事業者の何%がそれぞれの項目についてユーザーに対する訴求力があると考えるかを、携帯電話事業者、PHS事業者別に表したのが図表4-1である。

図表4-1から携帯電話事業者とPHS事業者では、IMT 2000に対する考え方に違いのあることが分かる。携帯電話事業者の9割近くは「データ通信速度」の飛躍的な向上を選択し、3割から5割の事業者が「通話音質」、「マルチメディアサービス」、「国際ローミング」を選択している。一方、PHS事業者は、その8割近くがPHSでは実現できない本格的なTV電話等の「マルチメディアサー

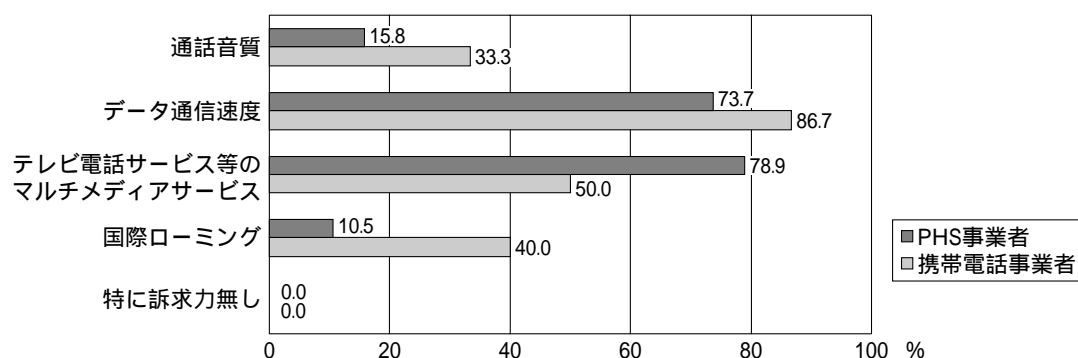
ビス」を選択し、「データ通信速度」についても7割強が選択しているが、「通話音質」や「国際ローミング」にはそれほどユーザーに対する訴求力があるとは考えていない。これは、現時点における携帯電話とPHSのデータ通信速度の差と、IMT 2000の登場が、それぞれの事業者に及ぼす影響を示唆していると考えられる。

また、移動体通信市場全体に与える影響、IMT 2000を含めた移動体通信サービスの相互関係に与える影響などの観点から聞いてみたところでは、移動体通信事業者各社は、統一的なイメージを持っているとはいえないが、移動体通信市場が拡大し、移動体通信が通信市場の中核を占めるようになるといった前向きな捉え方が多い。非音声トラヒックの増加によるデータ通信比率の拡大の中で、データ通信を担う媒体が、有線系から移動体系へ移行していくとの見方である。

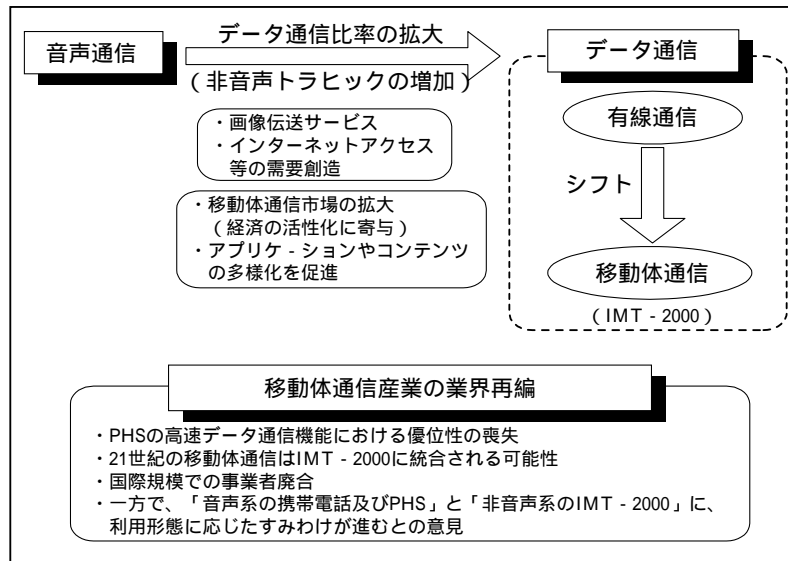
具体的には、伝送速度の優位性を生かした動画伝送などの新しいサービスが提供され、インターネットを利用したデータ通信需要が増大する。その結果、移動通信を利用したインターネット利用や各種情報提供などのアプリケーション開発が進み、コンテンツの多様化も促進される。

当面の影響という点では、本格的な普及には導入後数年かかるという見方が多いが、将来的には、移動体通信がIMT 2000に統合されるといった見

図表4-1 IMT 2000の特徴とユーザーに対する訴求力



図表4 2 IMT 2000登場の影響



方と、利用形態や料金等によって、すみわけができるという意見がある。また、業界再編が進み、移動体通信事業者間の統廃合が進むとする意見も多い。

こうした意見を整理すると、図表4 2のようになる。

5 まとめ

5.1 普及状況

98年度末までの加入者数の推移のデータから推定した携帯電話とPHSを併せた移動体通信の最大普及率は、全国で46.1%程度と見込まれる。

成長のカーブを見ると、普及速度のピークは96年度であり、これまでの成長の推移から普及速度は鈍化していくと考えられていたが、98年度後半には緩やかながら普及速度が再上昇している。事

業者は音声通話に加え、非音声系サービスの充実に力を入れており、多様な通信ニーズに対応するサービスメニューの提供を進めつつある。非音声系サービスの利用が急激に増加し¹²、新規加入に与える影響力も次第に増大してきていることが、落ち着きつつあった移動体通信の普及を再度加速させる一要因となったのではないかと考えられる¹³。

また、今後の加入率の推移を検討する上においては、加入形態の変化について考慮することが必要である。仕事とプライベートでの端末の使い分け、通話専用、文字通信専用といった端末の使い分け、携帯電話とPHSの複合端末による使い分けなど、さまざまな加入形態を想定していく必要があるだろう。

¹² 電気通信技術審議会「PHSの高度利用の促進に資する技術の導入方策(諮問第100号)」(1998)によると、PHSにおける全発信呼数に占めるショートメッセージサービスの割合は急速に増加しており、98年5月現在において既に約35%となっている。

¹³ 非音声系サービスの各種メニューのうち、現在主流となっているサービスは簡易文字メッセージサービスである。このサービスにより、移動電話端末間は音声ネットワークとともにメッセージネットワークとして機能することが可能となり、固定電話網とは別の独自のネットワークの外部効果を生み出すことになったと考えられる。このサービスは、端末の機能の一部として組み込まれているケースが大半であり、特別な装置などを必要としない。利用者にとっては敷居が低く、ページャーをコミュニケーション手段としていた世代及び電子メールによる情報交換が欠かせないユーザーに、短期間に浸透させることが可能であったといえよう。

5.2 今後の事業展開

「現在及び将来における最優先課題」については、携帯電話事業者の7割強が、将来（3年後程度）には、「主に加入者からの収入増による収益改善」が最優先課題であると回答しているのに対し、PHS事業者の5割近くは、将来においても「加入者数の増加」が最優先課題と回答している。

「非音声系のサービス」については、特に、携帯電話事業者が、将来伸ばしたいサービスとしてインターネットサービスや情報配信サービスをあげるなど、提供サービスの多様化を志向しており、移動体通信は、音声によるコミュニケーションツールから、より幅広い情報ツールへの進化を目指していると考えられる。

「サービスエリアの展開」については、携帯電話事業者は引き続き積極的に推進しており、まだカバーできていない行楽地やリゾート地についても、多くの事業者が積極的に取り組む意向を示している。一方、PHS事業者は、5割近くが「ほぼ一段落」したと回答しており、昨年には5割近くいた「積極的に展開を進めている」という事業者は、1割を切っている。

このように、「最優先課題」及び「エリア展開」についての携帯電話事業者、PHS事業者それぞれの考え方は、昨年度は両者がほぼ同様の傾向を示していたのに対し、本年度の調査では、両者の考え方に大きな違いが現れている。

これらの違いは、携帯電話、PHSそれぞれの置

かれた現状を反映している。携帯電話事業者は、好調な加入者数の増加を背景に、新たなサービスを次々に開発して、TV広告等も積極的に進んでいる。PHS事業者がこれに対抗していくためには、携帯電話に比べてデータ通信速度が速いという特徴を最大限に活かして、インターネット接続や情報配信の需要の立ち上がりを捉えていくことが重要であると考えられる。本年7月に発売が予定されるテレビ電話などもその一つであろう。

5.3 IMT 2000登場の影響

IMT 2000の与える影響に関するアンケート調査結果をみると、移動体通信事業者各社は、統一したイメージを持っているとはいえず、意見が分かれている。

移動体通信は、将来的にはIMT 2000に統合されるという見方と、利用形態や料金等によってすみわけができるという見方があり、一方では、業界再編が進むとの意見も多い。

また、動画伝送にも十分耐えられるだけの通信速度をもって登場することで、データ通信を担う役割が、有線系から移動体系に移行していくなど、移動体通信市場だけではなく、有線の加入電話市場にも大きな影響を与えられている。

移動体通信事業者は、こうした将来像も考慮しながら今後の事業展開を進めていく必要に迫られているといえよう。

参考文献

実積寿也「移動体通信事業の現状に関する分析」郵政研究所月報1998年11月号