

移動体通信の普及動向

通信経済研究部主任研究官 実積 寿也
研究官 安藤 正信

[要約]

本年1月に実施したアンケート調査をもとに、移動体通信の状況を調査した。

- (1) 関東の世帯における移動体通信の普及率は、携帯電話が67.3%、PHSが14.0%、ページャーが2.8%であった。また個人普及率は、携帯電話が36.0%、PHSが5.7%、ページャーが0.9%であった。いずれも携帯電話が前回に比べて増加、PHSがほぼ横這いではあるが、微減から微増に、ページャーは減少となっている。
- (2) 男女・年齢別の普及率は、携帯電話が男女とも20代が最も多く、それぞれ74.9%、65.8%である。ただし伸び幅で見ると、男性が40代で+14.9ポイント、女性が10代で+14.1ポイントで、最も大きくなっている。PHSは男性が10代で8.7%、女性が20代で9.3%が最も大きく、年齢や性別による普及率の差があまりなくなっている。ページャーは男性が30代で1.5%、女性が30代で1.7%である。
- (3) 非音声系サービスの利用動向については、簡易文字メッセージサービスが最も利用率が高く16.3%となっている。
- (4) 加入プラン（料金プラン）については、携帯電話についてはローコールプランが37%と一番多く、標準プランは29%であった。PHSは、標準プランが43%と最も多かったものの、前回と同様に比率は大幅に減少している。
- (5) 移動電話として携帯電話とPHSとの選択理由としては、携帯電話では「つながりやすさ」、PHSでは「通話音質の良さ」が最も多い。事業者選択理由では「つながりやすさ」が最も多かった。しかしながら、料金が上がるのであれば、通話可能エリアの拡大はしなくても良いという回答が約半分を占めた。
- (6) 世帯における平均支出額は、携帯電話が9,041円、PHSが5,500円、ページャーが1,928円であり、携帯電話のみ増加している。また、通話料金の支出額については、普段はあまり意識をしていないが56.7%であるが、支出額が増大した場合には、最初に削減する項目として利用時間の削減をあげているのが37%であった。

はじめに

数年前よりはじまった、移動体通信¹⁾の爆発的普及は今もなお続いており、平成11年末における加入数は5,600万台を超えている。平成10年度末時点におけるアナログ加入電話の加入数は約5,800万加入であり、その加入数が減少傾向であることから、平成11年度末には加入数が逆転するとの見方がある。移動体通信の約85%を占めるのが、携帯電話である。平成11年末では、伸び率こそ+24%と平成10年末の+35%からは減少傾向ではあるものの、加入数は平成10年末より約+947万台と今なお年々増加している。一方、平成7年に登場したPHSは、初期の段階では爆発的に普及したが、加入数が1,000万台になる前の、平成9年の9月をピークに減少がはじまった。最近の半年間については、560万加入前後で推移しており、平成11年末は平成10年末から約35万台であり、その伸び率は約6%となっている。ページャーについては、携帯電話の普及やPHSの登場に合わせて、年々加入数が減少し、平成11年末は平成10年末から約211万台である。また、ISDNについては、アナログ加入電話の減少傾向とは反対に、平成8年度、9年度では100%超、平成10年度でも60%超の大幅な増加になっている。加入数の増減に連動して、通信量(トラフィック)もそれぞれの通信手段において増減している。PHSは、平成9年度と同様に、加入数は減少しているにもかかわらず、通話時間は約7%増加し、通話回数は通話時間をさらに大きく上回る約25%の増加である。これは、PHSの利用率(1加入当たり1日の通話時間)が高くなってきていることと、ショートメッセージなどと呼ばれる簡易文字メッセージサービスの全通話に占める割合が大きくなってきている

影響があることが推測される。この様に同じ移動電話であっても、携帯電話、PHSとで動向が異なっている。本稿では過去3年間毎年ほぼ同時期(1~2月頃)に実施しているアンケート調査をもとに移動体通信の動向を報告する。また随時、前回(平成11年1月)実施したアンケート調査との比較を併記していく。なお、本稿中の意見や推測等は筆者の私見である。

1 アンケートの概要

今回実施したアンケートの概要は以下のとおりである。

① 調査対象

関東(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)の単身世帯を含む全世帯とする。ただし東京都の離島は含まない。

② 発送、回収

発送、回収とも郵送による。発送は平成11年1月初旬

発送から回収までの期間は約1ヶ月

③ 配布数、回収数

12,000世帯に配布、1,168世帯より回収(回収率:約9.7%)

図表1~3に標本属性を示す。なお、性別及び年齢に関しては、参考までに「住民基本台帳人口要覧 平成11年度」(自治省行政局)に基づく平成11年3月31現在の関東と全国の平均値を併記し

図表1 性別属性

	人数(世帯主再掲)	シェア	関東平均	全国平均
男性	1,655(1,004)	49.8%	50.3%	49.1%
女性	1,622(1,153)	48.8%	49.7%	50.9%
不明	47(11)	1.4%		
合計	3,324(1,168)			

1)本稿では、自動車電話を含む携帯電話・PHS・ページャーを「移動体通信」と称する。また、自動車電話を含む携帯電話とPHSを「移動電話」と呼ぶこととする。

図表2 年齢属性

	人数(世帯主再掲)	シェア	関東平均	全国平均
10歳未満	362(0)	10.9%	9.1%	9.5%
10代	424(0)	12.8%	10.8%	11.5%
20代	466(127)	14.0%	16.5%	14.8%
30代	566(258)	17.0%	14.3%	12.9%
40代	501(258)	15.1%	14.0%	14.0%
50代	443(245)	13.3%	15.2%	14.6%
60代	323(181)	9.7%	10.9%	11.6%
70歳以上	227(87)	6.8%	9.2%	11.1%
不明	12(12)	0.4%		
合計	3,324(1,618)			

図表3 職業属性

	人数(世帯主再掲)	シェア
全 体	3,324(1,168)	
自 営 業	250(171)	7.5%
会社員・公務員	1,149(766)	34.6%
アルバイト	190(32)	5.7%
無 職	865(173)	26.0%
小学生以下	454(0)	13.7%
中 学 生	128(0)	3.9%
高 校 生	135(0)	4.1%
大学・短大等	115(11)	3.5%
不 明	38(15)	1.1%

ておく

2 普及動向

加入数の推移を図表4に示す。この図表からもわかるように、携帯電話の普及率は増加し、PHSの普及率は前年度とほぼ同等、ページャーは減少傾向にある。そこで、この普及率について、アンケート結果から、より詳細な分析を行う。

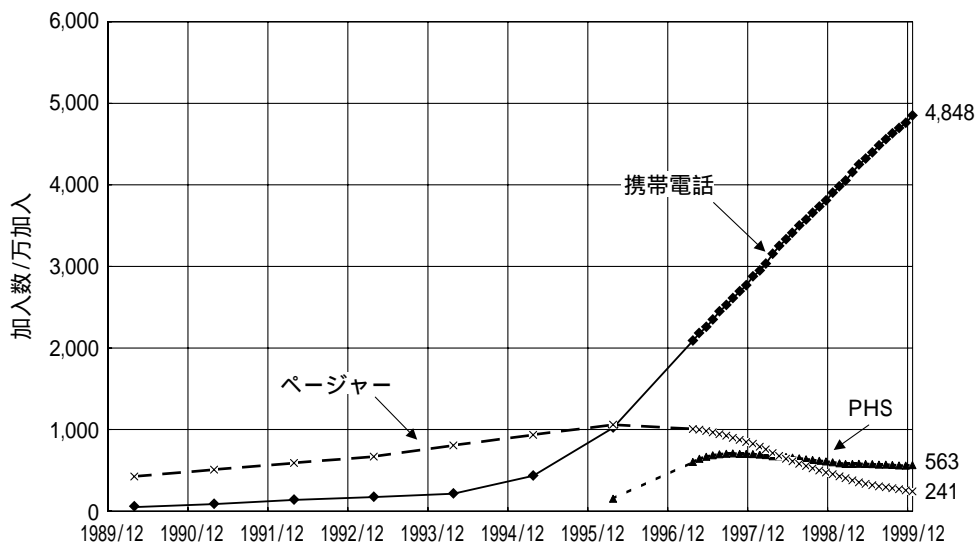
2.1 移動体通信の都県別普及動向

図表5のとおり、関東の世帯における移動体通

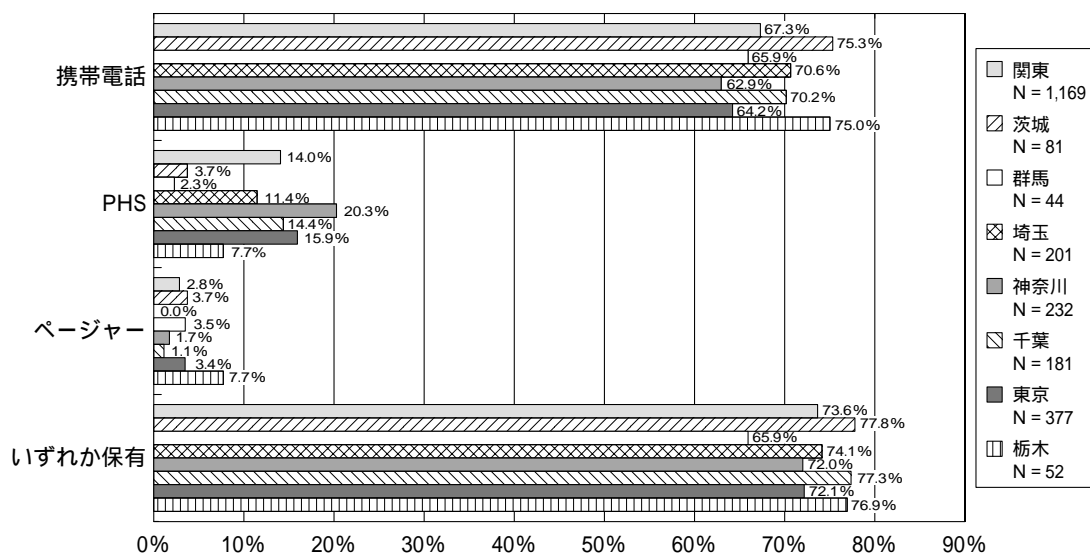
信の普及率は、携帯電話が67.3% (+8.5ポイント(ポイント：前回調査からの増減。以下数字のみ記述))、PHSが14.0% (+0.6)、ページャーが2.8% (-1.6)であった。PHSは前回 1.0ポイントであったので、マイナスからプラスに転じており、普及率の低下に歯止めがかかった可能性がある。

また、移動体通信をいずれか保有している世帯は73.6% (+7.4)であった。一方、携帯電話を複数台保有する世帯は27.2% (+4.9)、PHSを複

図表4 移動体通信の加入数の推移



図表5 移動体通信の世帯普及率



数台保有する世帯は2.1% (+0.3) となっている。前回同様、移動電話の同一世帯内における複数保有率が加入数の増加に伴い、増大していることがわかる。PHSは、前回 0.9ポイントであったが、今回は若干のプラスに転じている。次に都県別の比較を試みる。都県の普及率の格差は携帯電話が最大12.4ポイント (+7.5)、PHSが最大18ポイント (+12) となっている。各都県の格差をポイント数だけを見た場合、携帯電話については、前回と同様格差が拡大する傾向にあるが、PHSでは前回減少していた格差が、拡大することとなった。ただし、今回は有効回答数が前回の約半分であること、PHSの普及率が低下していることから、最も普及率の低い群馬県ではPHS保有世帯数は1世帯のみとなってしまっている。そこで、PHS保有世帯数が10世帯以上の埼玉県、神奈川県、千葉県、東京都だけを見ると、都県の格差は最大8.9ポイント (+2.9) となるが、格差が広がる傾向自体は変わらない。

移動電話について個人普及率を図表6に示す。

栃木県については、世帯当たりの家族人数が約3.5人と関東最高であるため、携帯電話の個人普及率は関東地方の都県の中で、下から2番目と低

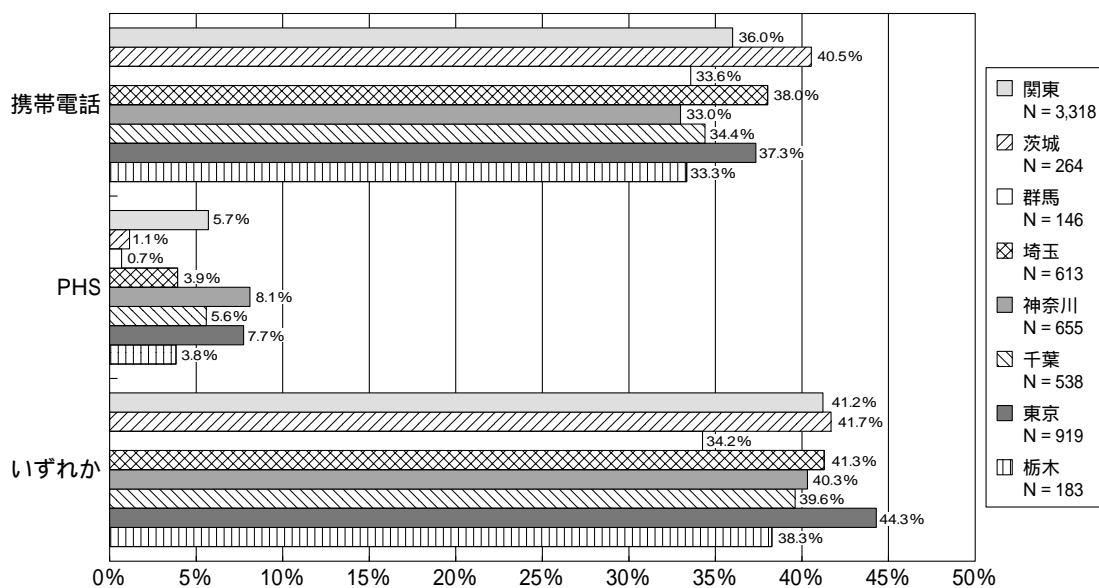
迷しているが、世帯普及率では2番目に高くなっている。

2.2 移動体通信の個人普及動向

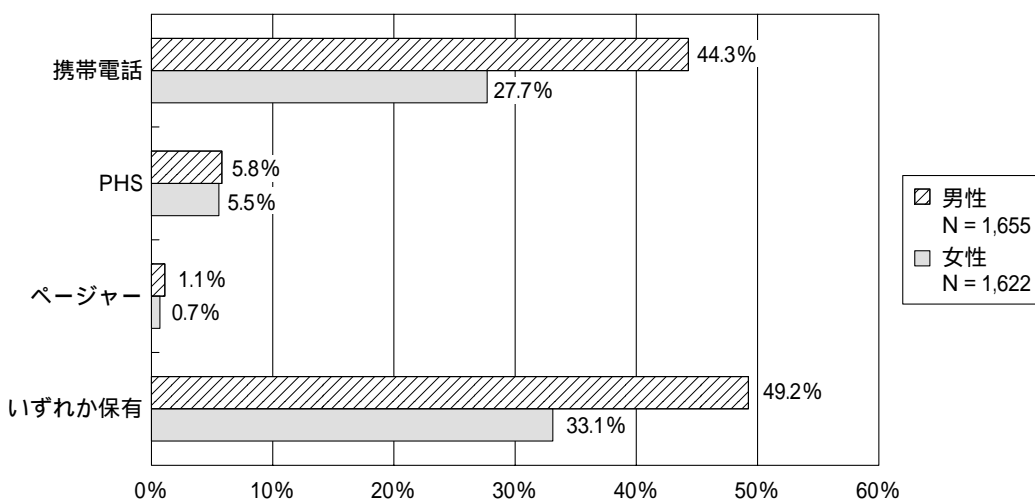
移動体通信の個人普及率は、携帯電話が36.0% (+6.0)、PHSが5.7% (+0.4)、ページャーが0.9% (-0.7) であった。ここでも携帯電話増加、PHS・ページャーの減少という傾向は変わらない。移動体通信のいずれかを保有しているのは、42.1% (+6.5) であった。また保有者のうち、移動体通信の複数保有率は1.3% (-2.8) となっており、前回と同様に低下している。

これは、前回同様にメインで使用する移動体通信以外の利用頻度が少ないため、複数保有するメリットが感じられず、複数保有率が減少した可能性がある。前回の調査では、通常の通話を携帯電話で行い、データ通信にはPHSを使用することで、複数保有率増加の可能性を指摘したが、現在はその傾向は現れていない。理由としては、携帯電話のデータ通信に関するサービスの向上を受けて、PHSをデータ通信に利用するために買い足すことにメリットを感じないと考える人が多いことが考えられる。次にこの普及率を個人の属性別に見て

図表6 携帯電話の個人普及率



図表7 性別普及率



みる。

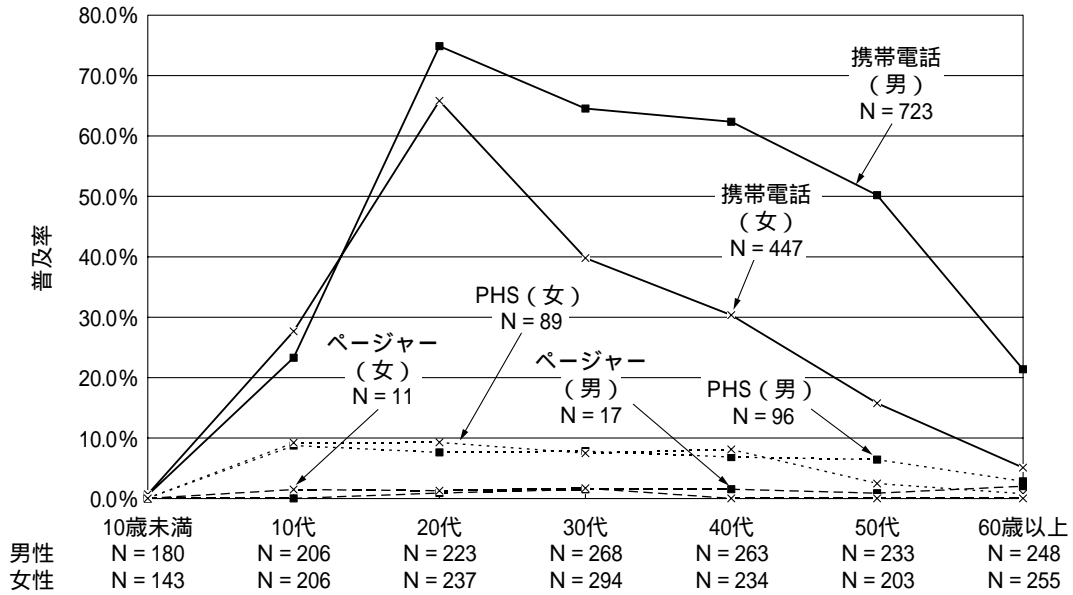
(1) 性別年代別普及率

普及率を性別で見ると、携帯電話で男性が44.3% (+8.0)、女性が27.7% (+4.4)となっている。前回の調査における伸び幅は、男性が+7.8ポイントで女性が+8.7ポイントであり、男女間の格差は縮まる傾向にあったが、今回の調査では格差が広がる傾向にある。PHSは男性が5.8% (+0.7)、女性が5.5% (0.2)となっている。

いずれも1.0ポイント以下の微小な変化ではあるが、男性の伸び幅がマイナスからプラスに転じている。ページャーについては、男性が1.1% (1.1)、女性が0.7% (0.4)とともに減少しており、基本料金無料のページャーなども昨年登場したが、普及率の回復には至っておらず、減少傾向に歯止めはかかっていない。

移動体通信いずれかの保有では、男性が49.2% (+7.6)、女性が33.1% (+3.9)となっており、前回と同様に男性の方が高くなっている。

図表8 性別年齢別普及率

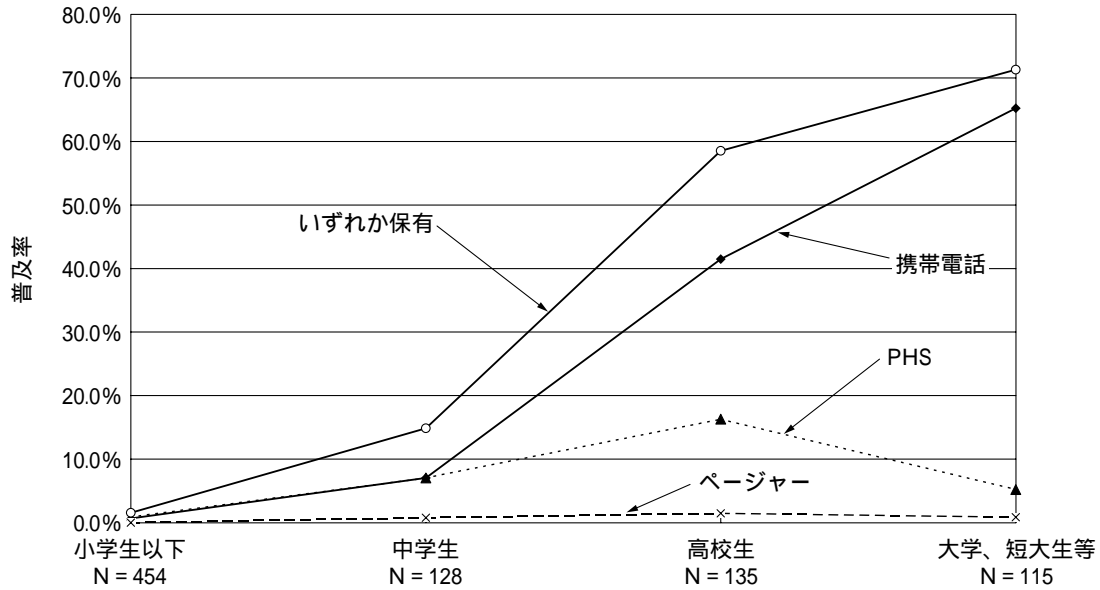


次に図表8で性別、年齢別を合わせて見てみる。どの移動体通信も前回と傾向は非常に似通っている。携帯電話においては、全体的に普及率が底上げされた形になっている。その中で伸び率は40代の男性の62.4% (+14.9)が最も大きくなっており、次に大きいのは10代の女性で21.7% (+14.1)となっている。普及率自体では20代の男女が前回同様、もっとも高く、それぞれ74.9% (+10.7)、65.8% (+6.8)となっている。また男性の20代~50代の普及率が遂に50%を超えた。一方、PHSの普及率はあまり年齢、性別に関係しなくなっている。つまり普及率の比較的高かった20代以下では男女とも普及率が減少し、逆に30代以上の男性と30代、40代の女性で普及率がわずかに上昇している。男性は10代、女性が20代でもっとも普及率が高くなっており、それぞれ8.7% (0.5)、9.3% (0.4)であった。ページャーは図表8と同様あまり特徴が無く、非常に低い水準の普及率である。もっとも普及率が高いのは、男性が30代、40代で1.5%、女性が30代で1.7%である。

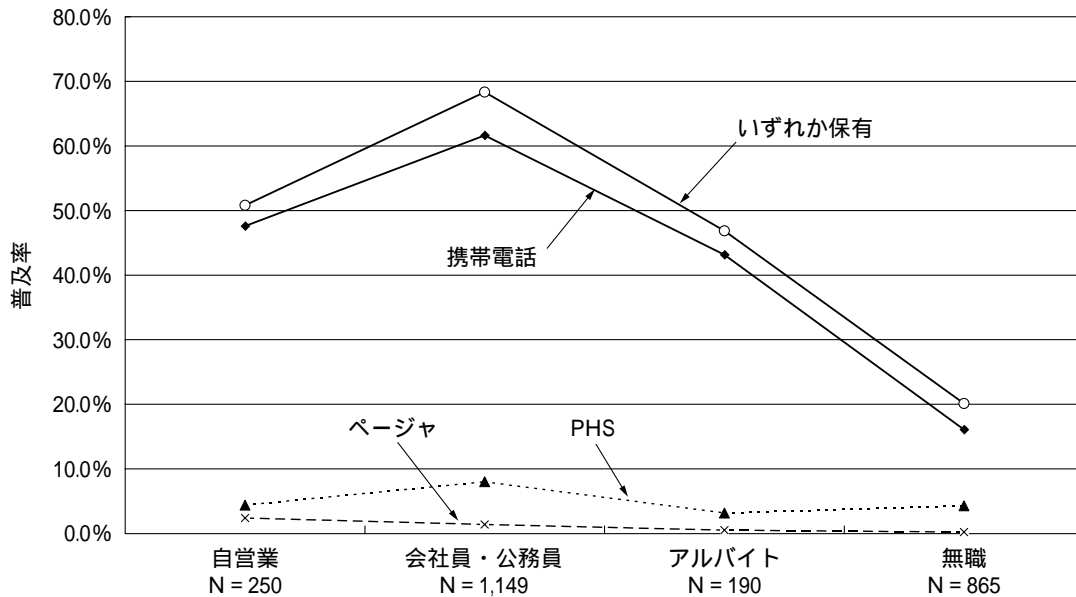
(2) 職業別普及率

次に職業別の移動体通信普及率を見てみる。なお、学生については、さらに詳細に小学生以下、中学生、高校生、大学・短大生等と区分を行った。まず、学生への普及率を図表9に示す。携帯電話については、傾向としては前回とあまり変わらず、全体的に普及率が上がり、大学・短大生等がもっとも普及率が高く65.2% (+11.6)である。PHSについては、高校生がもっとも普及率が高く16.3% (6.3)であった。携帯電話の伸び率について見ると、高校生が普及率41.5%で+21.5ポイントの大幅成長を示している。これは、高校生のPHS普及率の減少分をはるかに上回る伸びであり、その結果、高校生に最も普及している移動体通信がPHSから携帯電話に移った。一方、大学・短大生等では、PHS普及率の伸び幅が8.9ポイントであることから、PHSから携帯電話への乗り換えが、携帯電話の伸び率の大きなウェイトを占めている可能性がある。ページャーについては、すべてのグループで普及率が低下しており、もっとも高い普及率の高校生でも1.5% (5.7)となっている。移動体通信全体で見ると、高校生におい

図表9 移動体通信の学生への普及率



図表10 移動体通信の職業別個人普及率



で58.5% (+8.5)、大学・短大生等において71.3% (+1.3)の普及率となっている。

次に学生以外の職業別について見てみる。全体的な傾向は他の図表と同じである。携帯電話においては、前回同様、会社員・公務員が61.6% (+11.3)と10ポイント以上の高い伸び幅を示している。一方、自営業は47.6% (+0.5)で、前回の伸び幅も+2.5ポイントであり普及率は頭打ちの

傾向にある。また、アルバイトも43.2% (+7.4)と前回の伸び幅+15.8ポイントからは低下したものの、順調に伸びており、仮にこの傾向が継続するとすれば、次回の調査時には2年前で最も普及率の高かった自営業を抜いてしまうことになる。

2.3 非音声系サービスの利用について

平成10年頃より、携帯電話やPHSの端末間で、

簡単な文字メッセージをやりとりする、簡易文字メッセージサービス等とよばれるサービスが、利用されるようになってきた。最近、インターネットの普及効果もあり、e mailを送受信できるサービスも提供されている。さらには、インターネットのwwwの様に企業や一般の人が作成する情報提供サイトを閲覧できるサービスも開始されており、サイトの中には預貯金の残高照会などのネットバンキングや、CDや本などのネットショッピングなどの電子商取引が行えるところもある。各事業者とも、音声通話だけでは無く、非音声系サービスを提供することで新たな需要を開拓しようとしている。そこで非音声系サービスの利用動向に関する調査項目を、今回新たに追加した。まず、非音声系サービス全体の利用動向を図表11に示す。母数は携帯電話の保有者全員である。

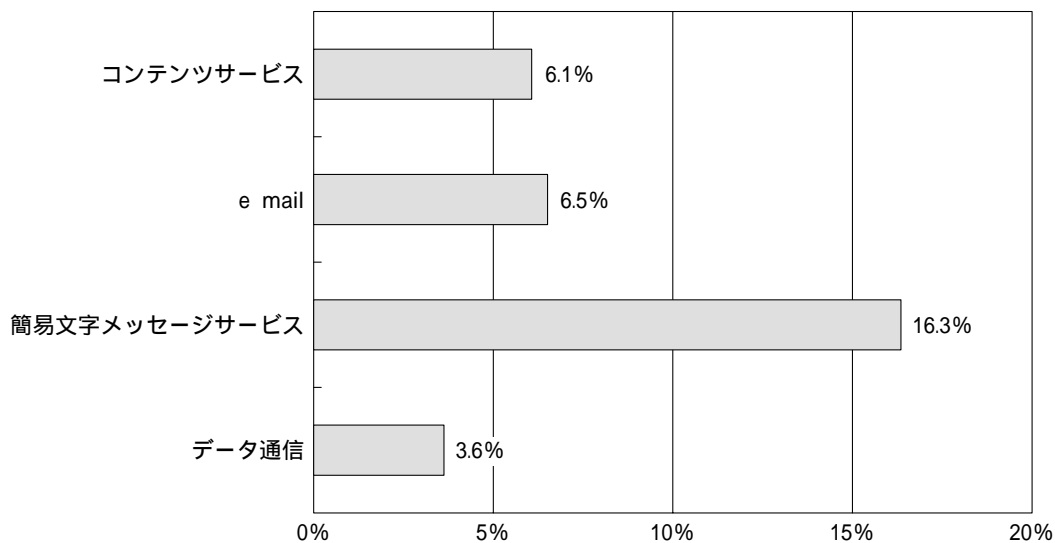
図表11の中で、コンテンツサービスとは、前述の文字による情報提供サービスや、ネットバンキング、ネットショッピングなどを提供するサービスのことであり、データ通信とは、携帯電話をパソコンやPDAに接続し、インターネットサービスプロバイダを経由して、ホームページの閲覧やe mailのやりとりをすることである。この結果が

ら、簡易文字メッセージサービスがもっとも利用されていることが分かる。また、データ通信の利用率が最も低くなっているが、これは他のサービスが携帯電話単体でサービスを利用することが可能であるのに対して、パソコンやPDA等に接続する必要がある分、手軽さに欠ける事が理由である可能性が推測される。郵政省が平成11年11月に発表した「トラヒックからみた電話等の利用状況【平成10年度】」によると、PHSの平成10年度における1回当たりの通話時間は、平成9年度から減少しており、通話時間別通話回数では全体の約45%が10秒以下の通話であることがわかる。この10秒以下の通話において、かなりの割合を簡易文字メッセージサービスが占める可能性がある。

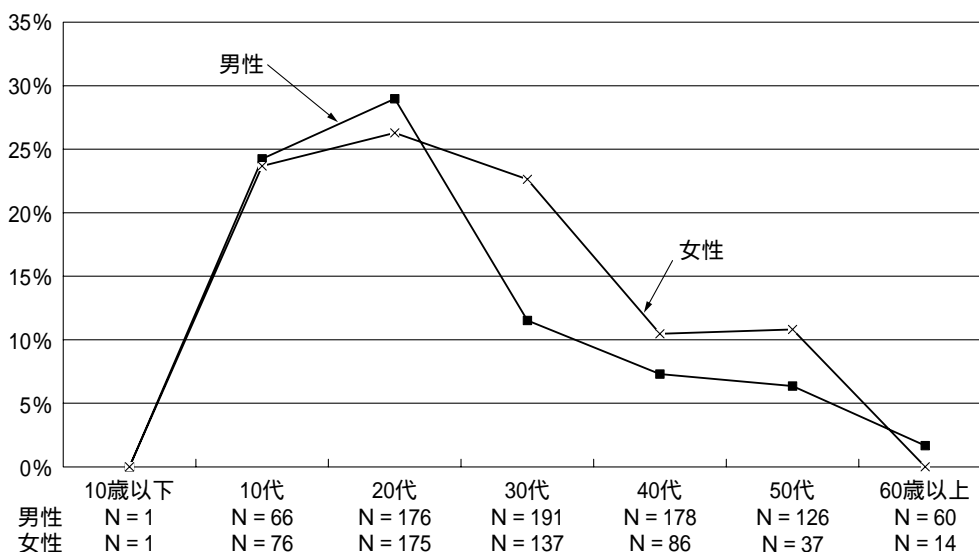
次に、もっとも利用率の高い簡易文字メッセージサービスに対して、もう少し詳細に見てみる。まず、性別年齢別の利用率を図表12に示す。

もっとも利用率が高いのは、男女ともに20代であり、利用率は男性が29.0%、女性が26.3%である。10代、20代では男性の方が利用率が高く、30代から50代では、女性の方が利用率が高くなっていることがわかる。全年齢で見ると、男性が13.9%、女性が20.5%と女性の利用率の方が高く

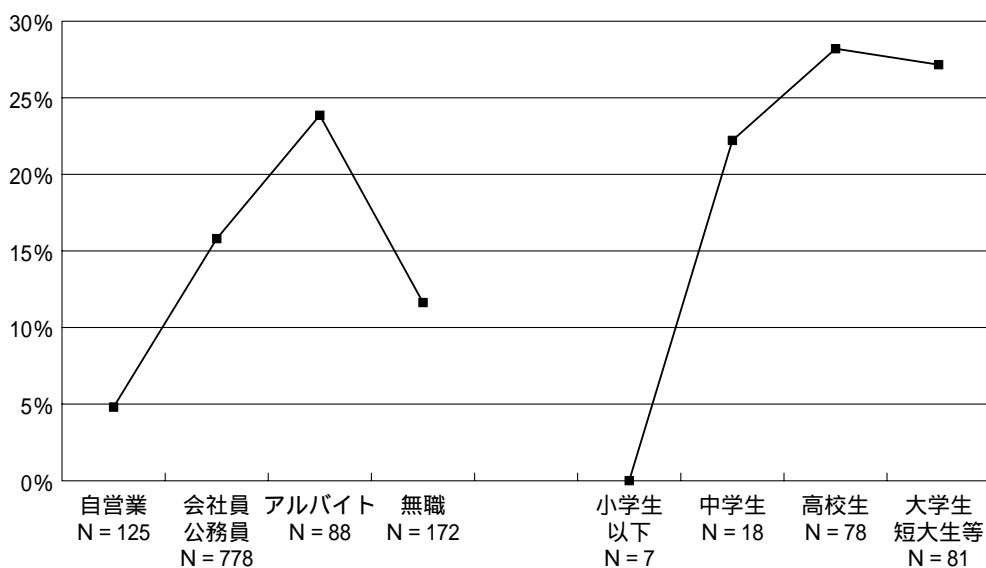
図表11 非音声系サービスの利用 (N=1,352)



図表12 簡易文字メッセージサービスの性別年齢別利用率



図表13 簡易文字メッセージサービスの職業別利用率



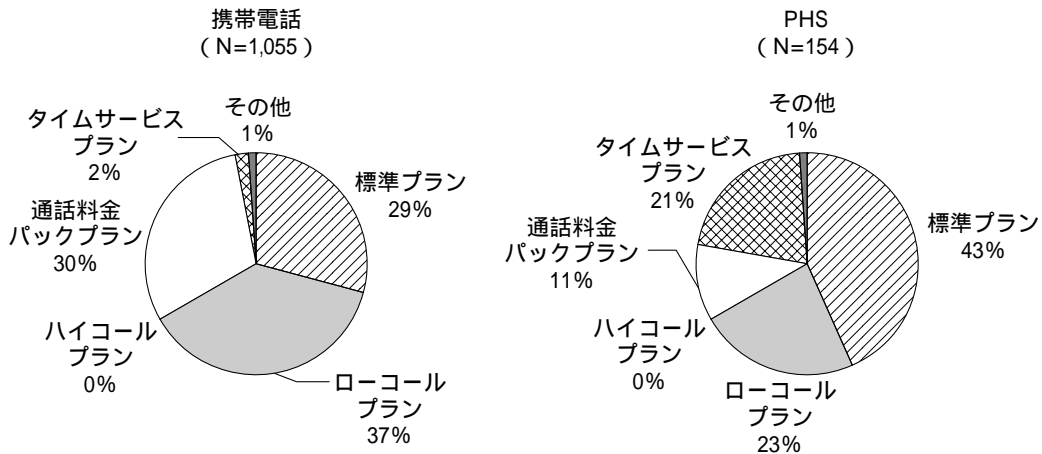
なっている。次に職業別の利用率を見てみる。

この図から、簡易文字メッセージサービスの主な利用者層は、学生やアルバイトであることがわかる。利用率はアルバイトが23.9%、中学生が22.2%、高校生が28.2%、大学生・短大生等が27.2%となっている。また、会社員・公務員も15.8%と割と高い利用率になっている。

2.4 加入形態について

現在、ますます加入プランは増えており、加入時には、どの加入プランにするか、悩むほどである。前回同様ここでは、この加入プランを1)標準プラン、2)ローコールプラン、3)ハイコールプラン、4)通話料金パックプラン、5)タイムサービスプランの5つに大別してみた。なお、ローコールプランとは、基本料金を低めに設定する代わりに通話料金が標準プランよりも高くなっ

図表14 各携帯電話のプラン別加入率



ており、通話頻度が少ない人向けのプランである。ハイコールプランはその逆で、基本料金が高く設定されている代わりに、通話料金が安くなっているプラン、通話料金パックプランとは、あらかじめ基本料金に一定金額分の通話料金が含まれているプランである。タイムサービスプランとは、基本料金を低めに設定する代わりに、通話を行う時間帯が限定されていたり、指定時間帯以外での使用では割高な通話料金が設定されているプランである。携帯電話とPHSの加入形態を図表14に示す。

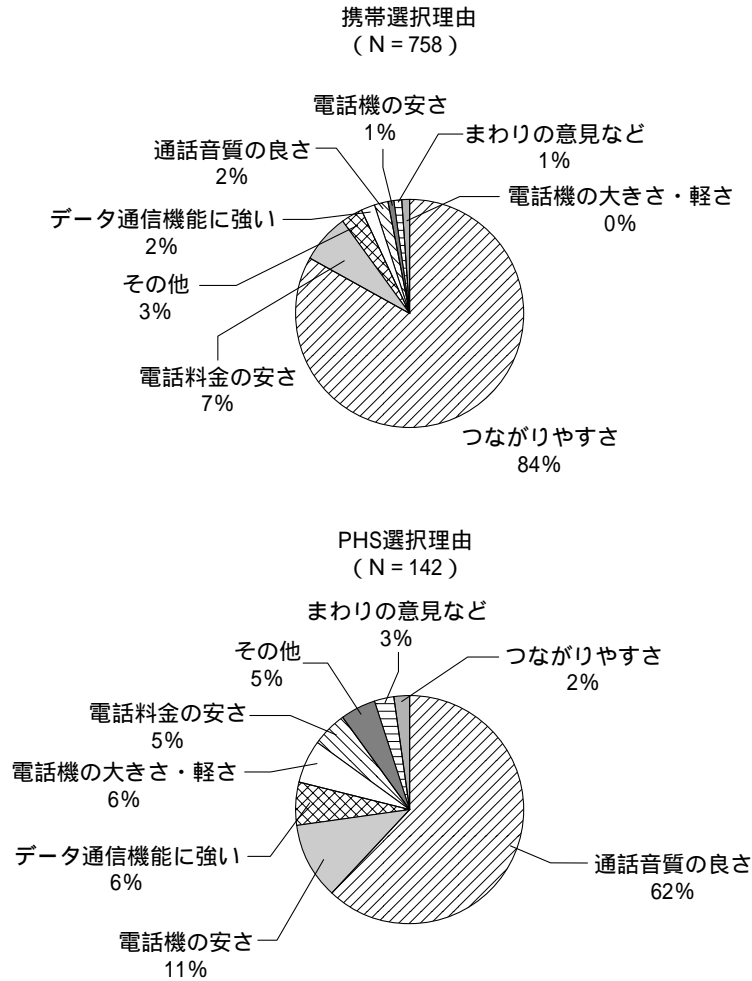
携帯電話について標準プランは29%であり、前回と変わっていない。一番多かったのは、ローコールプランの37% (2)であった。いずれのプランも前回と比べて数ポイントの変化しかなく、これは、現在のプランに満足しているケースと、どのプランに変更したらよいかわからなかったり、その手間を惜んでいるケースがあると推測できる。PHSについては、まだ標準プランが一番多く、割合は43% (18)である。標準プランの減少分は、タイムサービスプランが21% (+11)、通話料金パックプランが11% (+5)に振り替えられている可能性がある。PHSは携帯電話よりも標準プラン以外のプランの登場が遅れたために、今後も標準プランからのプラン変更が進む可能性があ

ろう。

次に携帯電話には、携帯電話とPHSがあるが、携帯電話を選んだ (PHSを選んだ) その理由を回答してもらった。その結果を図表15に示す。まず、携帯電話を選んだ理由の一番は「つながりやすさ (エリアの広さ・密度)」で、約84%と圧倒的であった。これは、携帯電話にとっては、いつでもどこでも必ず通話できる事が非常に重要であることを示している。ちなみに二番目は電話料金の安さで、約7%であった。一方、PHSの理由の一番は、「通話音質の良さ」が約62%であり、これも過半数以上である。最近では携帯電話も音声品質の向上のために様々な技術を投入しているものの、PHSの音声品質には届いていない。二番目は「電話機の安さ」で11%である。PHS登場当時の様に、店頭でタダ同然の価格で端末を販売されることは、かなり減ってきているものの、携帯電話と比較してPHSの店頭における価格はかなり低い。PHS事業者が力を入れている、データ通信に関しては約6%にすぎず、前述のデータ通信利用率の結果と同様、この点に注目している利用者は、現在のところそれほど多くない。

次に、加入事業者を選択した理由について図表16に示す。図表における値 (%) は、1番目の理

図表15 携帯電話とPHSとの選択理由



由を回答した世帯数を母数として算出した。

① 1番目の理由

前回同様に「通話エリアの広さ、つながりやすさ」が38%と一番多かった。それ以下も「ブランドイメージ・知名度」、「基本料金および基本料金に関わる割引サービス」と前回同様になっている。

② 2番目の理由

ここも、1番目の理由と全く同じ理由が上位3つになっている。前回も同様である。

③ 3番目の理由

「なんとなく」が上位3番目になっている。

以上、加入事業者選択の傾向としては、前回と若干の違いはあるものの、基本的なところでは、それほど違いはなかった。

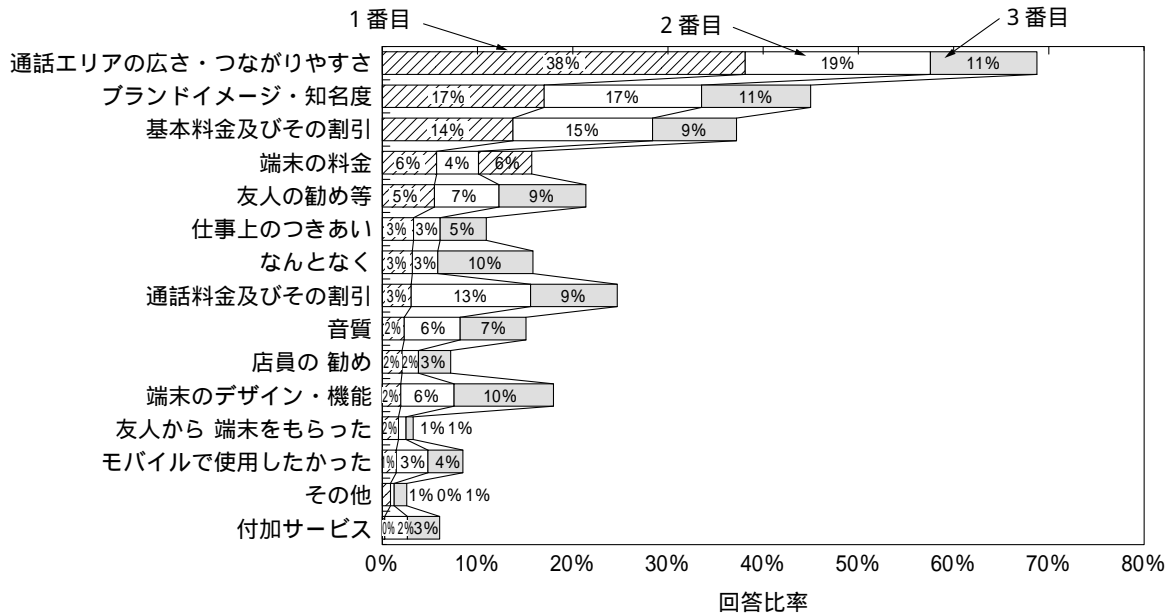
3 移動体通信への世帯支出額について

3.1 携帯電話、PHS、ページャーの1ヶ月あたり支出額

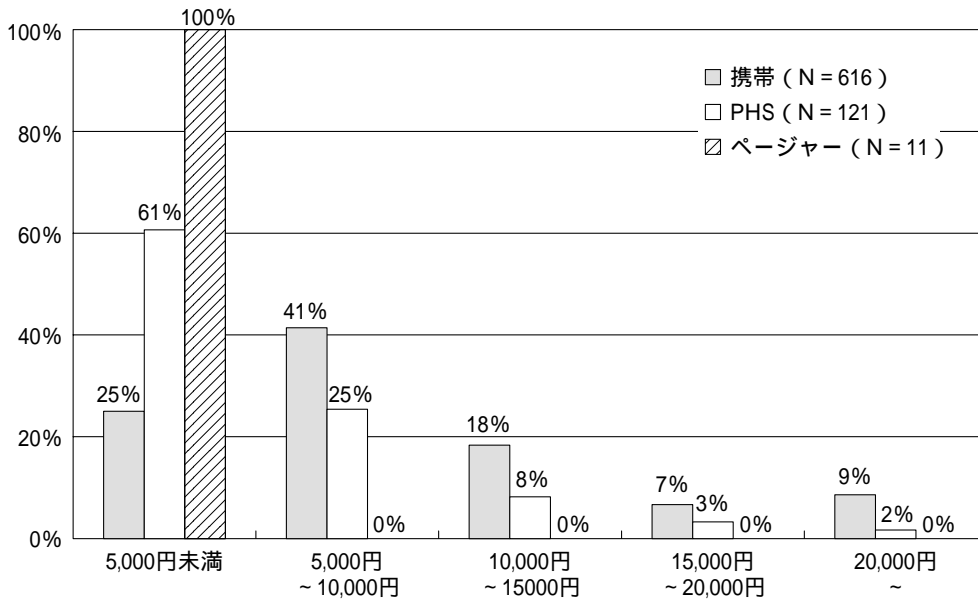
図表17に各移動体通信の支出額を示す。なお、支出額には基本料金が含まれている。また世帯主が自営業の場合は、業務に使用している場合が考えられるので、世帯主が自営業以外の職業の世帯のみについて集計を行った。

まず携帯電話について見てみると、もっとも多いのは前回と同様に5,000円から10,000円の間で41%になっている。2番目に多いのも前回と同様に5,000円未満である。各支出額のランクの割合も前回とあまり大きな違いはない。最高は90,000

図表16 事業者の選択理由 (N = 824)



図表17 移動体通信の世帯支出額

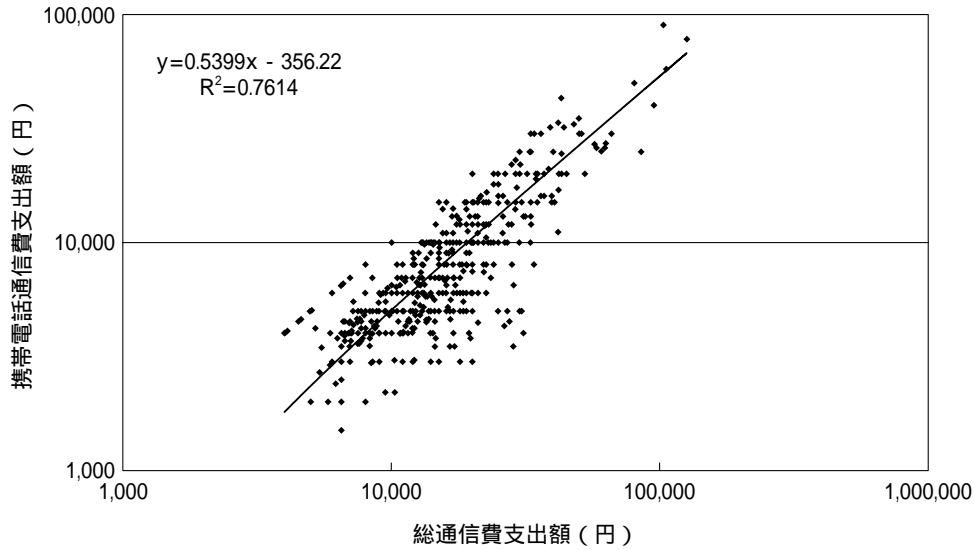


円であった。また平均支出額は、9,041円 (+643円) であり、前回は支出額が低下傾向 (953円) であったが、今回ではプラスに転じている。携帯電話の基本料金や通話料金は低下傾向にあるにも関わらず支出額が増大してことは、世帯における携帯電話の保有率が増加 (1世帯で所有する携帯電話の台数が増加) したことで、世帯全体の通話時間が増加したこと、そして通話料金の高い遠距離

の通話が増加したこと等が原因として推測される。

次にPHSについて見てみると、基本的な傾向は前回と変わらず、5,000円未満が一番多かった。最高は60,000円であった。平均支出額は5,500円 (173円) であり、前回同様に支出額の若干の低下が見られる。利用者の通話時間は増加傾向にあると思われることから、支出額低下の原因は、

図表18 総通信費支出と携帯電話通信費支出



通話時間の短い簡易文字メッセージサービスの全通話量に占める割合が大きくなったことと、料金の安い近距離の通話の占める割合が大きくなっていることが推測される。

次にページャーについて見てみると、全ての利用世帯の支出額が5,000円以下となり、最高は4,800円、平均支出額は1,928円(395円)であった。

ここで、特に携帯電話の通信費支出が総通信費支出と相関関係があるかを見てみる。

ここから、携帯電話の通信費支出と総通信費支出との間には、かなりの相関関係が見られる。

3.2 携帯電話の支出について

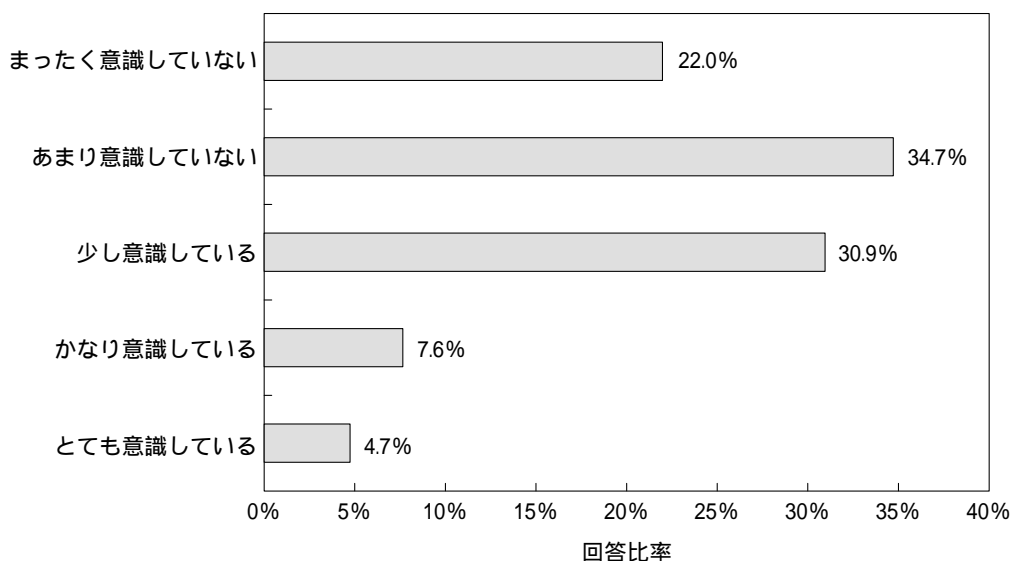
ここでは、携帯電話・PHSに関する毎月の支出が加入電話や他の消費へどのような影響を与えるかを見てみる。

まず移動体通信費に対する意識を図表19に示す。これはアンケートにおいて、移動体通信を使用することによって、日常生活の中の何か他の出費や貯金を減らすことを意識しているかどうかを質問した結果である。こちらの図表も、前回の

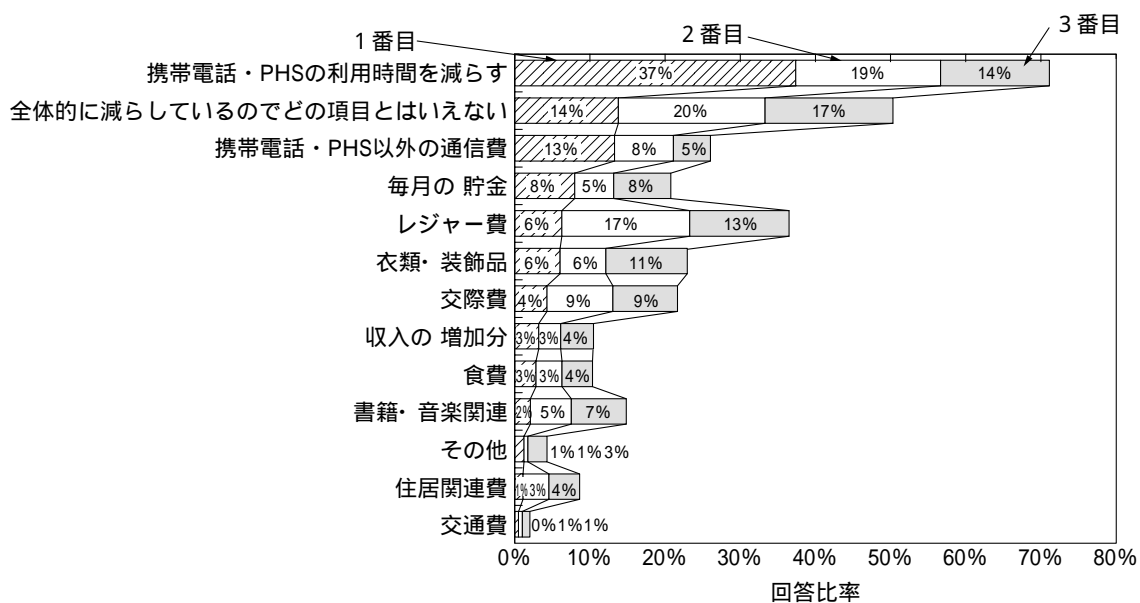
結果と基本的な傾向は変わっておらず、「あまり意識していない」人が最も多く34.7%である。

次に、携帯電話の電話料金が高くなったり、通話時間が長くなることにより、携帯電話に対する支出が増大した場合、どのように対処するかについて、対処する金額が多い項目順に回答してもらった。なお各比率は1番目の回答を行った世帯数を母数として算出した。先の図表19で示したように、意識を少しでもしている人の割合が、43.3%と半数以下になっているので、そもそも半数以上の人は、どの項目で移動体通信費用の増加分を削減するかは、特に考えていないと思われるが、結果は「携帯電話・PHSの利用時間を減らす」が1番目の項目としてもっとも回答多く(37%)、「全体的に減らしているのでどの項目とはいえない」がそれに続いた(14%)。普段は移動体通信費に対する意識はあまり高くないが、実際に通信費が増大した場合は、まずその増大した通信費自体を削減しようとするのがわかる。このことは、携帯電話が主にプライベートに使用されていることから、その通話量は自分で制御できると考えており、また、他の支出項目よりも支

図表19 各世帯の移動体通信費に対する意識 (N=824)



図表20 各世帯の各支出への影響 (N=813)



出の優先順位としては低いと解釈することも可能である。

3.3 料金水準

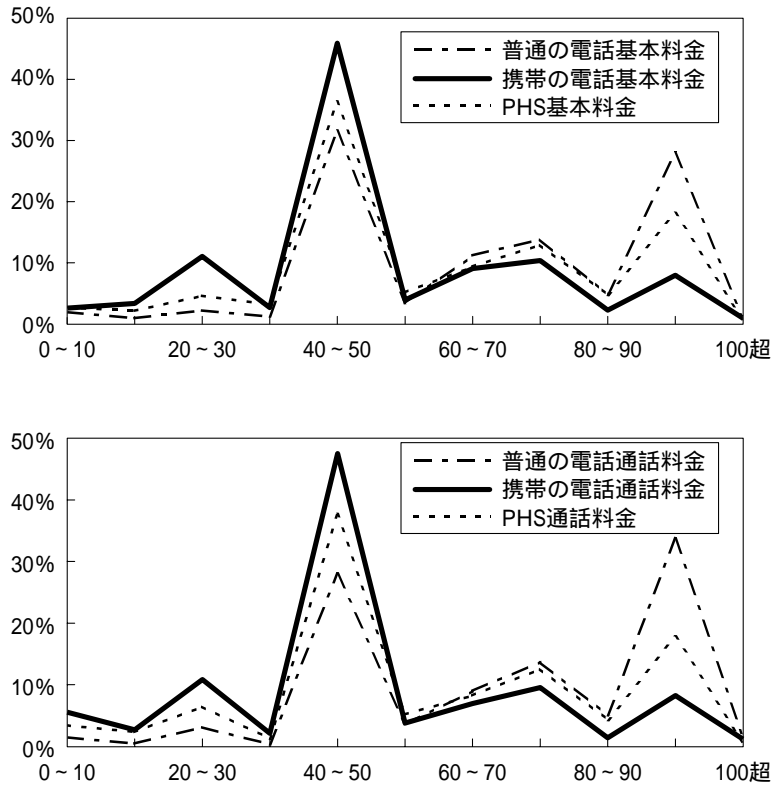
各世帯に電話料金の水準を現在(平成12年1月時点)を100として、加入電話・携帯電話・PHSの基本料金および通話料金について、どれくらいの料金水準が理想であるか回答してもらった。そ

の結果を図表21に示す。

結果は前回とほとんど同じで、加入電話、携帯電話、PHSの基本料金、通話料金の全ての項目で、数%の変化しかなかった。

加入電話については、基本料金が40~50の回答が32%、通話料金が90~100の回答が34%ともっとも多かった。なお基本料金の平均は約72(1)、通話料金の平均は75(1)であった。

図表21 各世帯が理想とする移動電話の料金水準



携帯電話については、基本料金、通話料金とも40~50と回答した人が約半数を占めた。基本料金の平均は約56(2)、通話料金の平均は約55(1)であった。

PHSについても、基本料金・通話料金とも40~50の回答がもっとも多かった。基本料金の平均は約65、通話料金の平均は約64と、前回と全く同じになっている。

3.4 通話エリアの拡大希望

現在、移動電話の通話エリアは拡大を続けており、通常の行動範囲の中は、だいたい通話エリアになっている。それでも、人口密度の低い地域の中には通話できない場所がまだ存在する。また、ビルの中や地下街など三次元的に見ると、都市部であっても通話できない場所が存在している。そこで、今回のアンケートでは、現在の通話エリアに関して、通話料金や基本料金が上がったとして

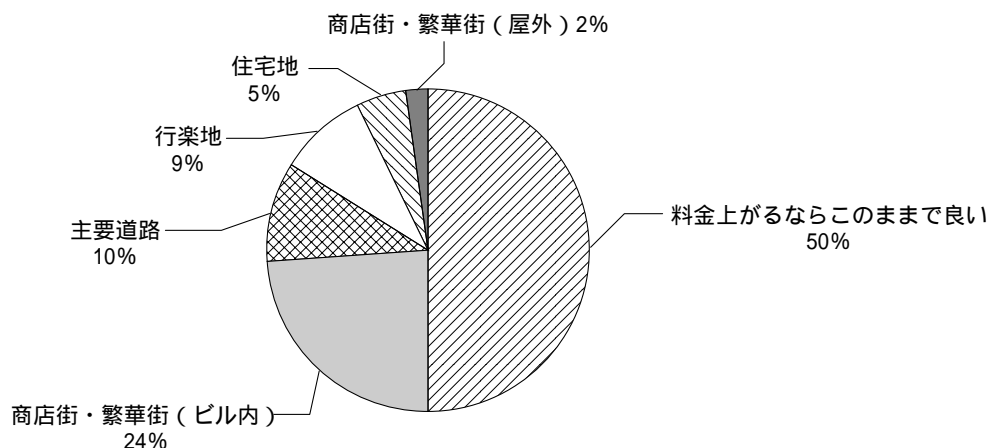
も、より通話エリアを拡大して欲しいかどうかを回答してもらった。その結果を図表22に示す。

50%の人は、料金が上がるのであれば、これ以上通話エリアを充実させることは必要ないということであった。これは、現在の通話エリアにある程度満足していて、通話料金や基本料金を安くする方が、優先順位としては高いことを意味する。前述の図表15における、携帯電話選択理由の一番は「つながりやすさ」であり、図表16の事業者選択の理由の一番も「通話エリア・つながりやすさ」である。つまり約半数の人は、移動電話としてどの事業者に加入するかは、「つながりやすさ」をもっとも重要視しているが、利用する際には、「つながりやすさ」よりも「料金の安さ」を重要視していると思われる。

4 まとめ

本稿では、2000年1月に実施したアンケートの

図表22 通話エリアの拡大希望 (N = 814)



結果を用いて、関東地方における移動体通信の普及状況や利用状況について分析を行なった。99年1月に実施した前回の調査では、簡易文字メッセージサービスに対する利用増から、PHS普及率の減少に歯止めがかかることが予想されたが、実際、加入数の減少スピードは緩やかになってきている。しかしながら、PHSの中心的な利用者層であった学生への普及率は減少を続けている一方で、中高年齢層の普及率に若干の回復傾向が見られることから、PHSの利用層、利用形態が変わりつつあることが示唆されている。携帯電話については、品質の向上や多種多様なサービスの提供、料金体系の多様化をうたい文句に、各事業者が熾烈な競争を繰り広げた結果、サービス品質の向上・料金低廉化が実現し、加入数や普及率の増加が引き続きもたらされている。

さて、移動体通信の普及率が42.1%に達している現在、音声通話を中心とした従来型サービスに固執しては事業の成長がそれほど見こめない可能性があるため、携帯電話の事業者は、新たな需要を開拓する手段として、非音声系サービスに力を入れてきている。高速データ通信の実現が特

徴の一つであるIMT - 2000の登場を視野にいれた場合、このことは新規市場の開拓であるとともに、潜在的ユーザの早期囲い込みとして捉えることもできよう。そもそも、非音声系のデータ通信については通信速度の面からPHSが優位性をもつ分野ではあったが、データ通信に適したパケット交換方式を採用する携帯電話事業者も現れるなど、PHSの優位性は徐々に失われつつある。実際、NTTDoCoMoが提供するiモードサービス(携帯電話を利用したパケット交換方式によるコンテンツサービス)は、平成12年3月15日現在で500万契約を達成している。他方、PHSにおいてもPHSの優位性をフルに活かした定額制インターネット接続サービスなどが提供されつつあり、今後の展開が期待されよう。

来年度は携帯電話、PHSの両事業者とも前述のIMT - 2000の登場を見据えたサービス提供が期待されるが、それに応じて適切な政策決定を行なうためには、音声系サービスのみならず非音声系サービスにも注目した普及動向調査が生み出すデータや分析結果が重要なインプットとなる。

参考文献

- 大石明夫（1998）「移動体通信の普及動向と通話支出」『郵政研究所月報 116』
- 実積寿也、安藤正信（1999）「移動体通信の普及動向と通話支出」『郵政研究所月報 130』
- 自治省行政局編 財国土地理協会発行（1999）「平成11年 住民基本台帳人口要覧」
- 郵政省 電気通信局（1999）「トラヒックからみた電話等の利用状況（平成10年度）」

参考ホームページアドレス

総務庁統計局 <http://www.stat.go.jp/>

（社）電気通信事業者協会 <http://www.tca.or.jp/>