

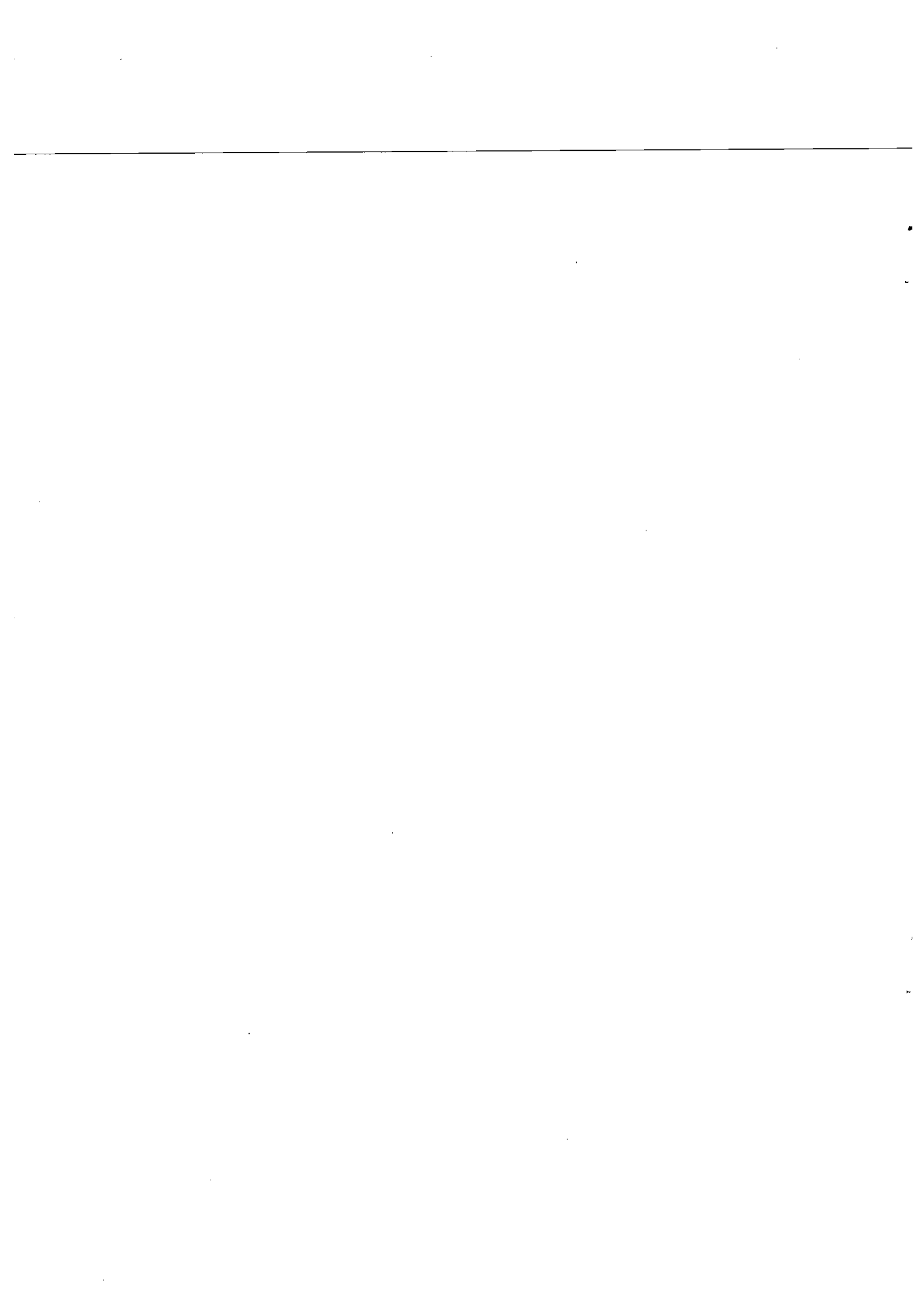
No. **669**

PHS利用者調査報告書

by

石井健一、川上善郎、中村功、是永論、辻大介

March 1996



PHS利用者調査報告書*1

石井健一*2、川上善郎*3、中村功*4、是永論*5、辻大介*6

目次

1. はじめに	2
2. 調査の方法	2
3. 結果の概要	3
4. まとめ	26
5. 単純集計結果	28

*1 本研究は、東京大学特定研究（代表：鈴木裕久東京大学社会情報研究所教授）及び筑波大学校費の補助を受けている。本調査の内容についての問い合わせは、茨城県つくば市筑波大学社会工学系 石井健一（tel/fax:0298-53-5181, email:ishii@shako.sk.tsukuba.ac.jp）までお願いしたい。

*2 筑波大学社会工学系、*3 文教大学情報学部、*4 松山大学人文学部、*5 札幌学院大学社会情報学部、*6 東京大学大学院

1. はじめに

PHS (Personal Handy Phone System) は、NTTによって提唱された個人利用を志向した新しいパーソナル通信として、1995年7月にサービスを開始した。PHSは、従来の携帯電話システムに比べ、様々な優れた技術的な特性を持っている。例えば、高速デジタル通信が可能であることや、周波数の有効利用により多数の利用者が収容可能な点などである。また、PHSには、屋外でのアンテナを経由した公衆回線利用のほか、屋内でコードレスホン、トランシーバーによる他のPHSとの直接交信の機能もある。しかし、従来の携帯電話に比べると通話可能エリアがまだ狭く、高速移動中の利用が不可能という機能的な制限もある。

PHSの導入後、一般の関心は高いのに対して、PHSが実際にどのような利用されているかを明らかにした調査は今までになく、実際の利用者の実態は明かでなかった。われわれ情報行動センサス研究会*¹は、パーソナルコミュニケーションへの影響という点からPHSの実情に強い関心をもち、PHS事業者の一つである株式会社アステル東京から幸いにも協力を得て、PHS利用者2000名に郵送調査を行なうことになった。本報告書は、この調査結果にもとづいて報告を行なうものである。(なお、調査実施にあたっては、東京大学特定研究(代表：鈴木裕久東京大学教授)及び筑波大学校費の補助を受けている)。

なお、本調査の実施にあたっては、株式会社アステル東京から多大の協力と援助を受けた。ここに厚く感謝の意を表したい。

2. 調査の方法

本調査は、アステル東京のPHS登録者(約7万人)の中から、無作為に2000名を抽出して郵送調査で行なわれた。なお、郵送はアステル東京によって行なわれたが、調査主体が東京大学の情報行動センサス研究会であることを対象者に示すために、研究班からのお願い状を同封した。1995年12月29日から翌年1月18日にかけて調査を実施した結果、回収数は857で回収率43%であった。

本調査では、次の2点を研究目的にして、調査票を設計している。

(1) PHS利用の実態を明らかにすること。地下街やデパートの中にまでアンテナが設置されておりPHSの利用方法は携帯電話やポケットベルとはかなり異なると予想される。そこで、まず、利用者がどのような使い方をしているのかを明らかにすることを目指した。

(2) PHS利用者の特性を、携帯電話やポケットベル利用者と比較することで明らかにすること。東京大学社会情報研究所が1993年と1995年に実施した情報行動の調査で得られた携帯電話利用者とポケット

ベル利用者を比較の対象として、新しいメディアであるPHS利用者が、これらの従来のメディア利用者とのように異なるのかを明らかにする。なお、比較に用いるのは、以下の調査である。

IBC調査（情報行動センサス調査）	95年3月実施、	N=1035 *2
IBM調査（東京都民情報行動調査）	91年6月実施、	N=664
NIK調査（日経消費行動調査）	87年10月実施、	N=1824

さらに、情報行動センサス調査における次のメディア利用者也抽出して比較の対象とした。

携帯電話または自動車電話利用者（N=43）

ポケットベル利用者（N=100）

（ともに自宅にあり、自分でも使っている人を利用者としている。）

*1 情報行動センサス研究会は、情報行動の実情を客観的に調査し、将来的にはセンサス化することを目的とする研究会で、東京大学社会情報研究所の鈴木裕久教授を中心に活動している。

*2 情報行動センサス調査（IBC）は、東京大学社会情報研究所の鈴木裕久教授を中心に1995年3月に実施され、全国の男女中学1年から60歳未満を対象として、二段階無作為抽出法で対象者が選ばれた。東京都民情報行動調査（IBM）は、東京都23区の20-69歳の男女を対象として、二段階無作為抽出法で対象者が選ばれた。日経消費行動調査（NIK）は、東京と大阪の大都市圏における20歳から69歳を対象として実施された。調査票を含む結果については、東京大学社会情報研究所調査研究紀要 No2. 橋元良明ほか『1991年東京都都民情報行動の実態』（1992年）及び同 No4. 橋元良明ほか『東京都民情報行動の変化と実態』（1994年）を参照のこと。日経消費行動調査については、『衣生活とライフスタイル』（日経産業消費研究所, 1989年）を参照。

3. 結果の概要

若く、高学歴、高所得のPHS利用者

PHS利用者は、携帯電話利用者よりも、年齢が若く、高学歴でかつ高所得である。また、男性が約75%を占めており、男性の比率がかなり高いと言える。さらに、大学卒が5割を越えていて、PHS利用者に高学歴者が多いことを示している。

年齢平均では、ポケットベル利用者にはほぼ近い。しかし、ポケットベルの利用者よりも世帯収入は10万円以上も多く、学歴でも大学卒が約3倍とかなり高い。

PHSは携帯電話よりも利用料金が安いにもかかわらず、利用者の年間世帯収入は30万円も多いという興味深い結果が得られている。

ただし、初期（開始3ヶ月以内）にPHSを利用し始めた人たちには、特殊な要因がある可能性があり、こうした特徴が今後のPHS利用者にも続くとは断定できない点は注意されるべきであろう。

表 PHS利用者と携帯電話、ポケットベル利用者の比較

	IBC 携帯 電話	IBC ポケット ベル	IBC 全体	PHS 利用者
(a) 性別				
1. 男	58.1%	61.0%	43.6%	74.3%
2. 女	41.9%	39.0%	56.4%	25.7%
(b) 年齢（メディアン）	41歳	34歳	37歳	33.6歳
(c) 既婚率	86.0%	63.0%	66.1%	55.0%
(d) 大学・大学院卒	14.3%	17.0%	15.8	51.8%
(e) 世帯収入（メディアン）	711万円	611万円	628万円	741万円

高いホワイトカラーの比率

PHS利用者の職業をみても、会社・団体の部課長（20.5%）、一般事務職（23.0%）、会社・官公庁などの専門・技術職（18.4%）が高く、ほとんどがホワイトカラーであることがわかる。携帯電話利用者では、自営（20.9%）や自由業（4.7%）がかなり高い割合をしめているが、PHS利用者にはほとんどみられない。また、営業や外交員は、一般サンプルよりはやや高い（一般サンプルは7～8%に対して、15.8%）が、ポケットベルの23%ほどにはない。

職業別にみても、PHS利用者は携帯電話やポケットベルとは異なる層であるといえる。

職業別比率

	携帯 自動車 電話	ポケッ トベル	1995 IBC 全体	1987 日経	PHS 調査	日経調査と PHS調査の差の 検定結果
1. 会社・団体の役員	16.3	5.5	1.7	3.6	4.8	
2. 会社・団体の部課長		6.6	3.6	5.6	20.5	***
3. 管理的公務員				1.6	0.1	**
4. 一般事務職	7.0	13.2	10.6	10.3	23.0	***
5. 会社・官公庁などの専門・技術職				11.2	18.4	***
6. 会社・商店の営業・外交員・販売担当	9.3	23.1	7.4	8.0	15.8	***
7. 技能工・生産工程従事者	9.3	12.1	12.3	5.4	2.0	***
8. 個人経営の経営者（商店主は9番）	20.9	11.0	5.5	2.4	1.8	
9. 販売店主				3.6	0.4	***
10. 自営の専門・技術職				4.1	2.7	
11. 自由業	4.7		0.6	0.8	0.2	
12. その他の職業	2.3	1.1	2.5	10.4	3.1	***
13. 大学生・大学院生		3.3 *	4.1 *	7.1 *	3.7	**
14. 専門学校・各種学校生					0.1	
15. 高校生・中学生・小学生	2.3	5.5	12.2	-	0.6	
16. 主婦	16.3	6.6	28.4	21.2	2.1	***
17. 無職	2.3	3.3	3.5	3.5	0.7	***
20. 分類不能	9.3	8.8	7.6	-	-	

* 専門学生等を含む

*** p<0.001 ** p<0.01で統計的に有意

利用頻度は少なめ

PHSの利用頻度は、週に数回利用する人が36.8%と最も多く、ついで「ほぼ毎日」(24.1%)「週に1回」(10.3%)とある程度使いこなしている姿がうかがえる。しかしこれを都民情報行動調査(IBM)の固定電話の利用頻度と比較すると、固定電話ではほぼ毎日利用するが53.0%と最も多く、ついで「週に1回」(26.8%)「週に一回」(5.9%)と、通常の電話利用頻度と比べるとPHS利用頻度は少なくなっている。また、PHS利用者自身の固定電話利用頻度とくらべてもPHS利用頻度は少ない。家や職場といった固定電話の使えるところでは固定電話を利用し、PHSは外出時などだけに利用するというように、PHSが固定電話の補完的役割を担っていることがこの数字から読み取れる。

表 利用頻度

	ほぼ毎日 する	週に 数回 する	週に 1回 する	月に 数回 する	月に 1回 以下	使った 経験は ある	使った 経験が ない	無 回 答
PHS	24.1	36.8	10.3	14.7	6.3	4.9	0.9	2.0
電話 (PHS利用者)	68.1	21.3	3.2	4.4	0.9	0.1	0.1	1.9
電話 (IBM調査)	53.0	26.8	5.9	9.8	2.9	1.1	1.1*	0.6

*IBM調査では「全くしない」人

ほとんどがプライベート利用

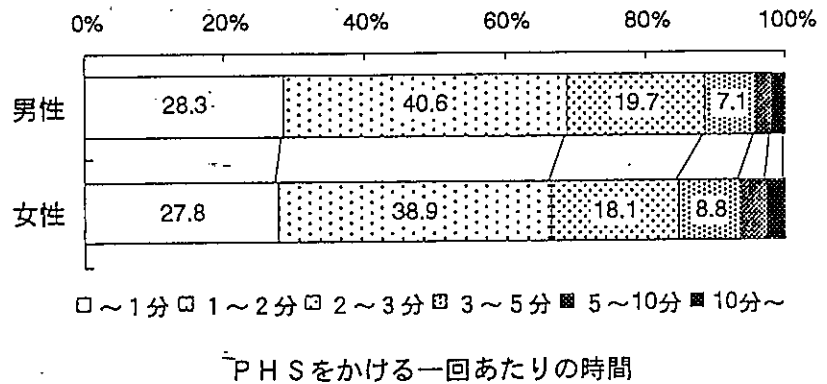
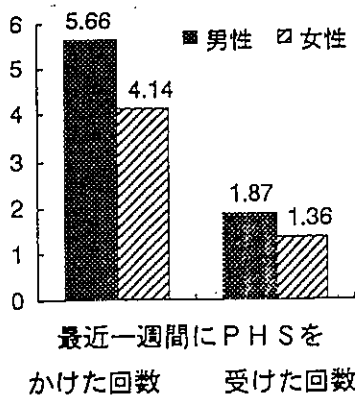
下の結果が示すように、PHSの利用は、ほとんどがプライベート利用であり、もっぱら仕事に使っている人は8%しかいない。かける相手についても、会社の人よりは、家族や同性・異性の友人の方が多（問8）。利用料金についても、会社などで負担しているのは5%程度に過ぎない（問1）。

PHSの仕事利用と私用利用の比率

- | | |
|-------------------|------|
| 1. ほとんど仕事のために利用する | 7.7 |
| 2. 仕事にも私用にも両方利用する | 27.7 |
| 3. ほとんど私用で利用する | 63.3 |

男性の方が多くかける・受ける

一週間でPHSを何回くらい利用したかをみると、かけた回数は男性で平均5.7回・女性4.1回で、受けた回数は男性1.9回・女性1.4回。いずれの利用回数も男性の方が女性を上回っている（一方、PHSを一回あたり何分くらいかけるかに関してはほとんど男女差がなかった）。ちなみに電話一般の場合にも男性の方が女性より利用回数は多く、例えば一九九五年三月に東京大学社会情報研究所の行った情報行動調査（全国1000サンプル）では、平日一日の平均で電話を受けた回数は男性3.8回・女性3.1回、かけた回数は男性3.0回・女性1.8回であるので、こういった電話の利用回数に関する男女傾向はPHSの場合にもひとまずあてはまるものとみられる。



PHSをかける・受ける相手についても、男女間でかなりの差がみられる。「仕事関係の人」にかける・受けるという割合はやはり男性が女性を上回っており、逆に「友人・知人」にかける・受けるという割合は女性の方が高い。（「家族」にかける・受ける割合については男女間であまり差がない。）男性にビジネスユースが多く、女性にプライベートな利用が多いという、男女間の『公/私』的な利用格差は、PHSで話す相手の面からも言えそうだ。

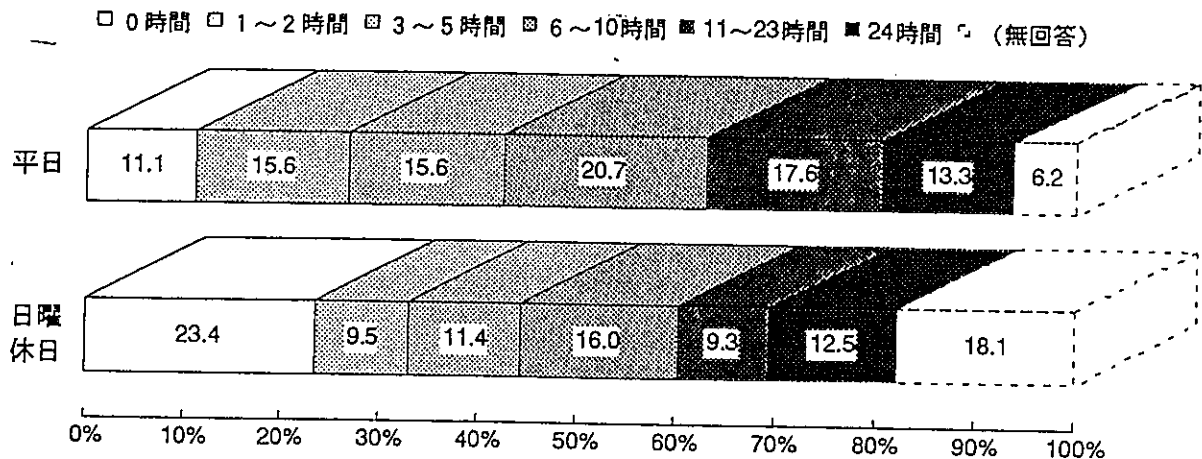
一週間に一回以上PHSで話す相手

	PHSでかける場合		PHSで受ける場合	
	男性	女性	男性	女性
家族	65%	69%	34%	39%
同性の友人・知人	32%	45% (*)	23%	32% (*)
異性の友人・知人	27%	45% (*)	20%	39% (*)
仕事関係の人（自社内）	35%	11% (*)	21%	6% (*)
仕事関係の人（自社外）	21%	6% (*)	6%	1% (*)
ほとんどかけない	10%	12%	38%	32%

(*)がついているのは統計学的に意味のある差になっているもの（ χ^2 検定： $p < 0.01$ ）

休日は「OFF」

PHSのスイッチを入れている時間は平日で平均8時間46分、日曜・休日で平均7時間35分（いずれも無回答者を除く）で、1時間強の開きがみられた。また、PHSのスイッチを全く入れないという利用者の割合も日曜・休日にはほぼ4人に1人にまで増え、平日の倍以上に達している。



PHSが特に仕事に偏った用いられ方をしているわけではない（「ほとんど私用で利用する」が63.3%）ことを考えると、これはやはり日曜・休日には外出の機会が減ることによるものと思われる。

下の表は、「余暇時間の過ごし方」ごとに、休日にPHSのスイッチを入れている平均時間を計算し、時間の長いものから順に並べたものだが、これをみても“友人との交際”“ドライブ”“外食、ショッピング”“一泊以上の旅行”といった外出型の余暇の過ごし方が上位5位に入っている。『おでかけ』先でのPHS、という利用がなされている様子はここからも窺えるだろう。

〔余暇の過ごし方〕	〔休日にPHSのスイッチを入れている時間〕
友人との交際	…… 平均9時間28分
ドライブ	…… 8時間59分
趣味、娯楽、ゲーム	…… 8時間42分
外食、ショッピング	…… 8時間37分
一泊以上の旅行	…… 8時間30分
何もしないでのんびりする	…… 8時間 6分
鑑賞、見物	…… 7時間58分
日帰りの行楽	…… 7時間55分
テレビ、ラジオ、新聞、雑誌	…… 7時間34分
教養、勉強	…… 7時間25分
軽い運動やスポーツ	…… 7時間 7分
家族とのだんらん	…… 6時間45分

家族との通話が最も多い

PHSを利用した通話の最も多い通話相手は家族である。PHSからかける場合65.7%、受ける場合は35.5%の人が家族と1週間に1回以上通話するとしている。ついで、同性の友人・知人(35.5%)、異性の友人・知人(31.2%)と友人知人が多くなっている。(いずれも数字はかける場合のもの)ここで注目されるのは通話相手として家族が最も多いことである。固定電話をかけるシチュエーションとして最も典型的なのは家庭の電話と職場の電話である。家庭の電話では同居している家族に電話することは考えられず、また職場の電話でも仕事の電話が主で、家族への電話は少ない。従ってこれまでの固定電話の調査では、通話相手として友人・知人がトップに来ることが一般的で、家族がトップにくることはなかった。PHSには「おでかけ電話」というキャッチフレーズもあるが、具体的には外出先から家族に連絡をとるのが最も一般的な使い方といえるだろう。

表 1週間に1回以上話す相手

	[PHSでかける場合]	[PHSで受ける場合]
1. 家族	562 (65.7)	304 (35.5)
2. 同性の友人・知人	304 (35.5)	218 (25.5)
3. 異性の友人・知人	267 (31.2)	210 (24.5)
4. 仕事関係の人(自社の)	247 (28.9)	147 (17.2)
5. 仕事関係の人(自社外の)	143 (16.7)	44 (5.1)
6. その他	29 (3.4)	18 (2.1)
7. ほとんどかけない	93 (10.9)	309 (36.1)

<参考> もっとも最近した電話の相手 (IBM調査)

1. 友人・知人	41.6
2. 母	9.0
3. 父	1.4
4. 兄弟・姉妹	12.3
5. 子供	4.8
6. 孫	0.3
7. その他の親族	3.3
8. 仕事関係	21.5
9. 企業団体	2.4
10. その他	1.5

利用場所は路上や駅

PHSをどこで、どのくらい利用するのかをたずねたところ、路上と駅が最も一般的な利用場所であった。すなわち路上での利用は、「ほぼ毎日使う」人が10.6%、「週に数回」の人が35.4%と最も頻繁であり、同様に駅の構内は「ほぼ毎日使う」人が8.6%、「週に数回使う」人が34.8%と半数近い人が週一度は路上や駅から通話している。これに対して自宅での利用は低調で「ほぼ毎日使う」人が1.4%、「週に数回」の人が4.3%しか居なかった。「PHSは家庭のコードレスホンが街でも使えるようになったもの」などと説明されることがあるが、利用の実態からするとこれはあてはまらない。PHSはもっぱら街中で利用されるものなのだ。これはPHSのアンテナが繁華街や駅を中心に設置されているため、実際、圏外のため自宅では利用できない、とする人が全体の80%にも達している。

一方、PHSが本来利用できない自動車やバスの中で使う人が結構いるのは注目される。すなわち、自動車やバスの中で「ほぼ毎日使う」人は3.4%、「週に数回」が11.3%、「週に1回以下」が28.0%で、利用経験がない人はわずか27.5%であった。PHSは基地局間の切り替えが歩く速度程度までなら対応できるが、早い速度では切れてしまう。しかし圏外のため利用できないとする人が21.6%しかいないのは、不思議といえば不思議である。おそらく乗り物の停車中に利用する人が多いのであろう。

PHSの利用場所

	利用経験あり				圏外の	
	ほぼ 毎日 使う	週に 数回 使う	週に 1回 以下	利用 経験 ない	ため利 用でき ない	無回答
(1) 自宅	1.4	4.8	7.2	3.7	80.0	2.8
(2) 路上	10.6	35.4	37.5	5.0	9.0	2.5
(3) 駅の構内	8.6	34.8	37.5	12.9	4.0	2.2
(4) 地下街	2.1	10.9	28.0	42.3	11.8	4.9
(5) 自動車やバスの中	3.4	11.3	31.9	27.5	21.6	4.3
(6) レストラン、喫茶店など飲食店	0.6	6.3	24.4	42.4	20.7	5.6
(7) 勤務先または在学校	2.9	9.9	17.9	24.4	40.9	4.0
(8) 仕事で訪問先の会社	1.5	5.1	10.0	58.5	20.0	4.8

利用は発信が主

PHSを利用した電話行動の特徴に、PHSは「受ける」（受信）より「かける」（発信）が利用の中心であることが挙げられる。受信・発信別に一週間の利用頻度を見てみると、書けた回数で最も多いのは3回であるが、受けた回数で最も多い回答は0回（しかも約半数の人が）であった。平均すると書けた回数が5.2回に対し、受けた回数は1.7回と3倍の開きがある。PHS利用では明らかにかける方が優勢である。これまで固定電話の場合、電話の発信と受信の頻度は、調査すると必ずトータルで半々になった。これはテレホンサービスなど一部の一方的な電話利用を除くと、かける人がいれば必ず受ける人もいたからである。留守番電話の発達などで発信だけの通話が多くなってきたとはいえ、PHSでこれだけ発信が優位であるということは、やはりPHSから固定電話にかけることが多いためであると考えられる。

さらに極端な場合として、「使わないとき電源を切って発信専用になっている」という使い方をしていない人が全体の35.9%にも達している。これは、アンテナの未整備から受信可能エリアが狭いこと、乗り物の中などの高速移動中は通話できないことなど、PHSのシステム上の特徴から来ていると考えられる。

PHSの送受信回数

	かけた回数	受けた回数
0回	146 (17.1)	435 (50.8)
1回	114 (13.3)	131 (15.3)
2	107 (12.5)	86 (10.0)
3	125 (14.6)	49 (5.7)
4	36 (4.2)	15 (1.8)
5	95 (11.1)	37 (4.3)
6-10回	151 (17.6)	34 (4.0)
11-20回	44 (5.1)	11 (1.3)
21回以上	22 (2.6)	5 (0.6)
不明	16 (1.9)	53 (6.2)
平均 (回)	5.2	1.7

使わないとき電源を切って発信専用になっている はい 35.9 %

短い通話時間

PHSの1回当たりの通話時間は1-2分と答えたものが39.5%と最も多く、ついで1分未満が27.6%と多かった。「1分未満」を0.5分「10分以上」を15分として平均を計算すると2.0分であった。東京都民調査（IBM）では直接数字を答えるというように、形式が若干異なっているものの、平均すると1回当たり11.0分話しており、PHSの平均通話時間（2.0分）は固定電話より明らかに短いと言える。

その理由はPHSの総合的な使われ方と関係している。第一に、利用目的から分かることだが、PHSで最も話される内容は待ち合わせの連絡や私的なことに関する連絡といった道具的な内容である。おしゃべりなら長電話になるが用件の連絡だけなら3分もあれば足りる。第二に最も一般的な通話相手は家族である。同居している家族とわざわざ長電話することはない。第三に最も一般的な利用場所は路上や駅である。立ったり歩いたりしながら街の喧噪の中では落ちついて長電話できる環境にない。しかも第四に「人前で使うときに、迷惑をかけないように気を使う」とする人が54.3%もいる。周りに気を使いながらのPHS利用では早く話を切り上げることになりがちだ。

PHSの1回当たりの通話時間

1. 1分未満	236 (27.6)
2. 1~2分未満	338 (39.5)
3. 2~3分未満	161 (18.8)
4. 3~5分未満	63 (7.4)
5. 5~10分未満	23 (2.7)
6. 10分以上	18 (2.1)
7. NA.	17 (2.0)

道具的な利用
通話相手は家族
利用は路上・駅
周りに気を使う



短い通話時間 (平均2.0分)

限られた人とのコミュニケーション

PHSによるコミュニケーションは狭い範囲の人々で行われている傾向がみられる。「自分のPHSの番号はごく限られた人しか知らない」とする人は全体の71.6%にまで達している。これはまだ利用し始めてから非が浅い為もあるだろうが、自分に直結した電話だと、してごく親しい少人数の人には番号を教えないうためであろう。この点、ポケットベルではあまり親しくない広い範囲の人にも番号を教えるのと対象的である。

通話相手が少数のごく親しい相手に限られるという傾向は携帯電話に特徴的な傾向でもある。例えば1996年にNTTドコモ関西の加入者を対象に行った調査(注1)では、「自分の携帯電話の番号は語句限られた人しか知らない」と答えた人は今回のPHS調査とほぼ同レベルの68.7%おり、「携帯電話からの発信相手の数は通常の電話よりかなり少ない」とした人も67.1%いた。

携帯電話のこうした傾向は外国でも同様らしく、例えばフィンランドでも同様な傾向があるという(注2)。そしてその原因として、携帯電話は車内で利用されることが多く、電話帳を利用できないために電話番号を覚えていたり短縮登録してあるごく少数の親しい人だけにかけることになると考えている。路上や駅で使われることが多いPHSの場合も携帯電話と同様のことが考えられる。

表 通話相手の狭さ (PHS/携帯電話)

自分のPHSの番号はごく限られた人しか知らない	71.6%
自分の携帯電話の番号はごく限られた人しか知らない	68.7%
携帯電話からの発信相手の数は通常の電話よりかなり少ない	67.1%

注1. 中村功「携帯電話の「利用と満足」」『マス・コミュニケーション研究』48号, 1996, 146-159.

注2. Roos, J.P., '300 000 yuppies? Mobile telephones in Finland', Telecommunications Policy, Vol. 17 Iss 6, 1993. pp446

高い情報機器の所有率

PHS利用者は、情報機器の所有あるいは加入率がきわめて高く、情報機器に対する関心が高い。

下の表をみると、PHS利用者は、特にパソコンの所有率45%、留守番電話81%、衛星放送49%、ケーブルテレビ14%などがずば抜けて高い。しかし、より実用的な機器である、コピー機やファクシミリについては、携帯電話利用者の方が所有率が高く、携帯電話利用者とPHS利用者の間には情報機器へのニーズが異なることを示唆している。つまり、携帯電話利用者の方が、より他人との連絡を中心とした実用志向が強いのである。

PHS利用者は、実用的なものよりもパソコン関係のものにより強い傾向があり、パソコンを週1回以上利用する人が62%、パソコン通信を週1回以上やる人が21%、インターネットを週1回以上やる人が12%などと、きわめてパソコン関係への関心が高い。

この点は、携帯電話よりもPHS利用者の方が平均所得が高いという一見すると矛盾にみえる現象の説明となる。つまり、携帯電話は、所得水準よりはむしろ必要性から選択されるのに対して、PHSはさしあたっての必要性よりは、情報機器自体への関心が主たる動機なのである。つまり、PHSは必需品としての性格が弱いわけで、そのため所得の影響力が相対的に高いのだと考えられる。

情報機器所有率

	携帯・自動車 電話	ポケット ベル	IBC 全体	PHS	IBC全体とPHS 検定結果
1. パソコン	34.9	27.0	22.7	45.2 %	***
2. ワープロ専用機	55.8	55.0	45.8	55.1 %	***
3. ファクシミリ	55.8	30.3	18.2	33.6 %	***
4. コピー機	46.5	24.0	12.6	12.7 %	n. s.
6. 留守番電話	65.1	61.0	52.5	80.8 %	***
7. 携帯電話	100.0	26.0	10.0	20.5 %	***
8. ポケットベル	58.5	100.0	21.0	29.3 %	***
12. 衛星放送受信装置	27.9	25.0	28.8	48.7 %	***
13. ケーブルテレビ	4.7	6.0	4.6	14.4 %	***

(*** p<0.001)

通信機器所有は、あまり高くない

通信機器に限ってみた場合は、PHS利用者の所有率はあまり高くはない。むしろ、携帯電話所有者より低い（下表参照）。たとえば、PHS所有者は、ファクシミリとポケットベルの所有率は、どちらも携帯電話所有者より低い。

携帯電話の所有率も、ポケットベル所有者よりPHS利用者の方が低い。このことは、PHS利用が、携帯電話利用とは異なるニーズを持っていることを示唆している。

たとえば、問16では、データ通信機能が拡充された将来のことを尋ねているが、「通話以外の用途では使わないだろう」と答えたのは48%のみで、「インターネットに使う」（21%）、「パソコンに接続する」（27%）など、データ通信機能への関心が高いことがわかる。こうした将来の技術的発展の可能性へのニーズが、PHS利用の一つの動機であろう。

通信機器の所有率

	携帯・自動車 電話	ポケット ベル	IBC 全体	PHS	IBC全体とPHS 検定結果
3. ファクシミリ	55.8	30.3	18.2	33.6 %	***
7. 携帯電話	100.0	26.0	10.0	20.5 %	***
8. ポケットベル	58.5	100.0	21.0	29.3 %	***
					(*** p<0.001)

新しい物好きのPHS利用者

以上のようなPHS利用者の特徴の一つは、「イノベータ」とよぶことができる。イノベータとは、積極的に新しいものを採用する態度傾向のことである。

下の表は、東京都民調査の結果と今回のPHS調査の結果を比較したものである。ほとんどの項目でPHS利用者の方が「はい」の率が高いが、特に(1)「友人が何か変わったものをもっているとするほうがよくなるほうだ」は、29.9%と一般人の2倍以上に達している。また、「どんなことでも、できるだけ詳しく徹底的に知ろうとする」が9%も多く、PHS利用者の知的関心度が高いことを示している。これは、PHS利用者のイノベータ的特性をよく示している。

表 東京都民調査とPHS調査の比較

	IBM	「はい」の%	
		PHS	
(1) 友人が何か変わったものをもっているとするほうがよくなるほうだ。	13.9	29.9 %	***
(2) 何かしようとするとき、他の人の意見が気になるほうだ。	39.5	43.0 %	
(3) 数人の友人や、大勢の人たちと話し合っているとき、その場のムードで自分の意見を変えることがある。	39.9	42.6 %	
(4) 一般に人が知っていて、自分が知らないことがあると恥ずかしい。	55.1	55.3 %	
(5) どんなことでも、できるだけ詳しく徹底的に知ろうとする。	40.8	49.9 %	**
(6) 自分の知っていることを、他人に教えてあげることが好きな方だ。	64.2	69.6 %	*
(7) 自分は、他の人からよく相談を受ける方だ。	57.5	64.4 %	*

積極的な情報利用観

さらに、PHS利用者は情報機器利用に関しても、かなり進歩的な態度をもっている。

下の結果は、PHS利用者が、(3)ワープロ利用、(4)電話によるお礼、(5)留守番電話利用のすべてについて、最も肯定的な意見を持っていることを示している。また、(3)と(5)については、PHS利用者と1995年のIBC調査との差は統計的にも有意である。この点は、携帯電話利用者がむしろ保守的な態度を示しているのに比べて、PHS利用者の一つの特徴であると言えよう。

表 情報機器利用観の比較

(3) 個人的な手紙をワープロで書くのはなるべくやめた方がよい

	携帯自動車 電話	ポケット ベル	IBM 全体	PHS
1. そう思う	60.5	65.3	65.2	46.5 ***
2. そう思わない	39.5	34.7	34.8	53.5

(4) 目上の人からの贈り物のお礼を電話ですませる

のはなるべくやめた方がよい

1. そう思う	34.9	44.9	42.1	46.6 n. s.
2. そう思わない	65.1	55.1	57.9	53.4

(6) 留守番電話に話を吹き込むのはためらいを感じる

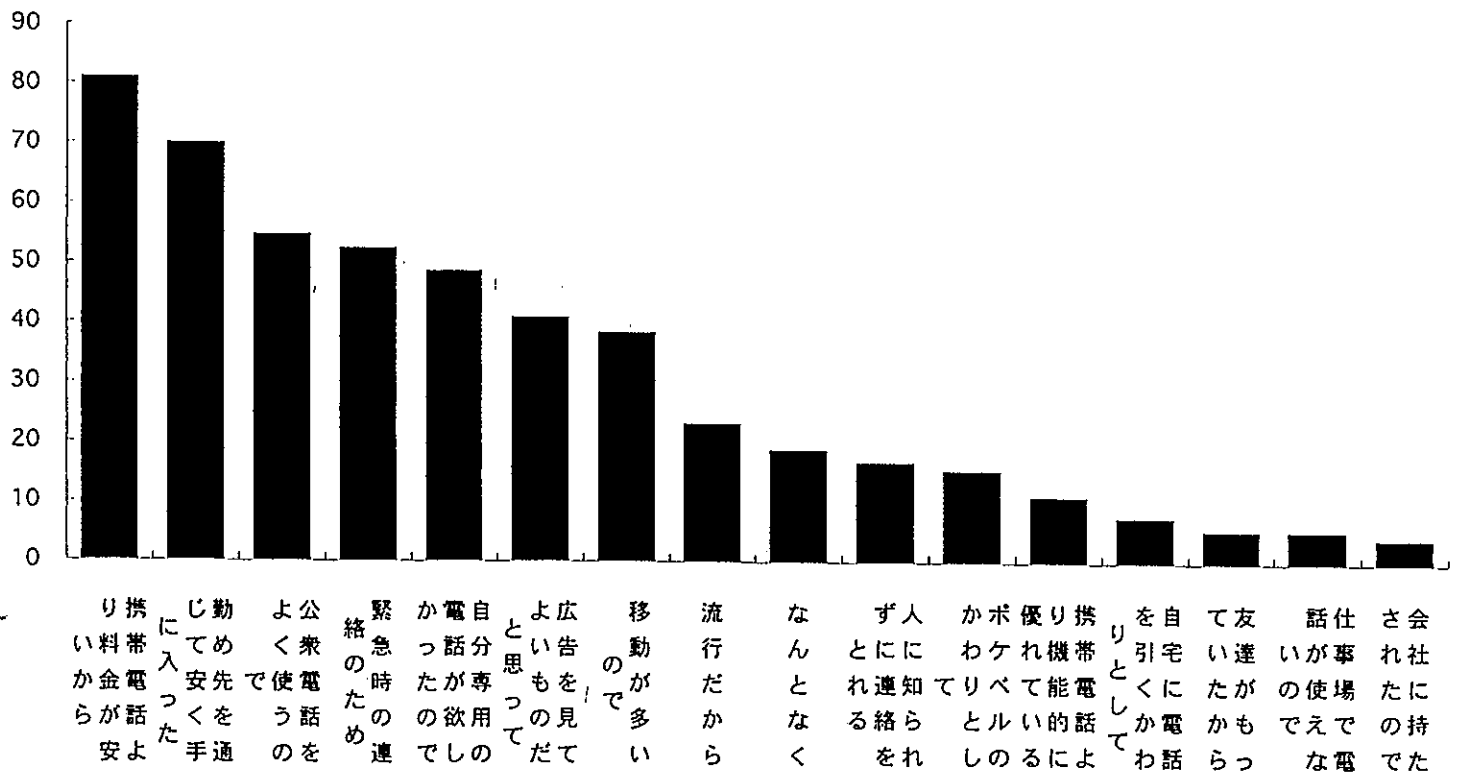
1. そう思う	65.1	58.8	62.8	43.6 ***
2. そう思わない	34.9	41.2	37.2	56.4

利用動機はやはり「安さ」

PHSを利用しはじめた動機の中では、「携帯電話より料金が安い」(81.1%)と「勤め先の会社を通じて安く手に入った」(70.0%)という回答がいずれも7割以上と最も多く、やはり価格的な要素が大きいことがうかがえる。その次に「公衆電話の代わり」(54.8%)・「緊急時の連絡」(52.5%)といった、携帯通信機的な特性が5割程度で続いている。

逆に他のメディアとの関係については、電話やポケベルの代わりとしての利用や、携帯電話との比較といった視点は少なく、あくまでPHS独自の特性が問題になっていると考えられる。

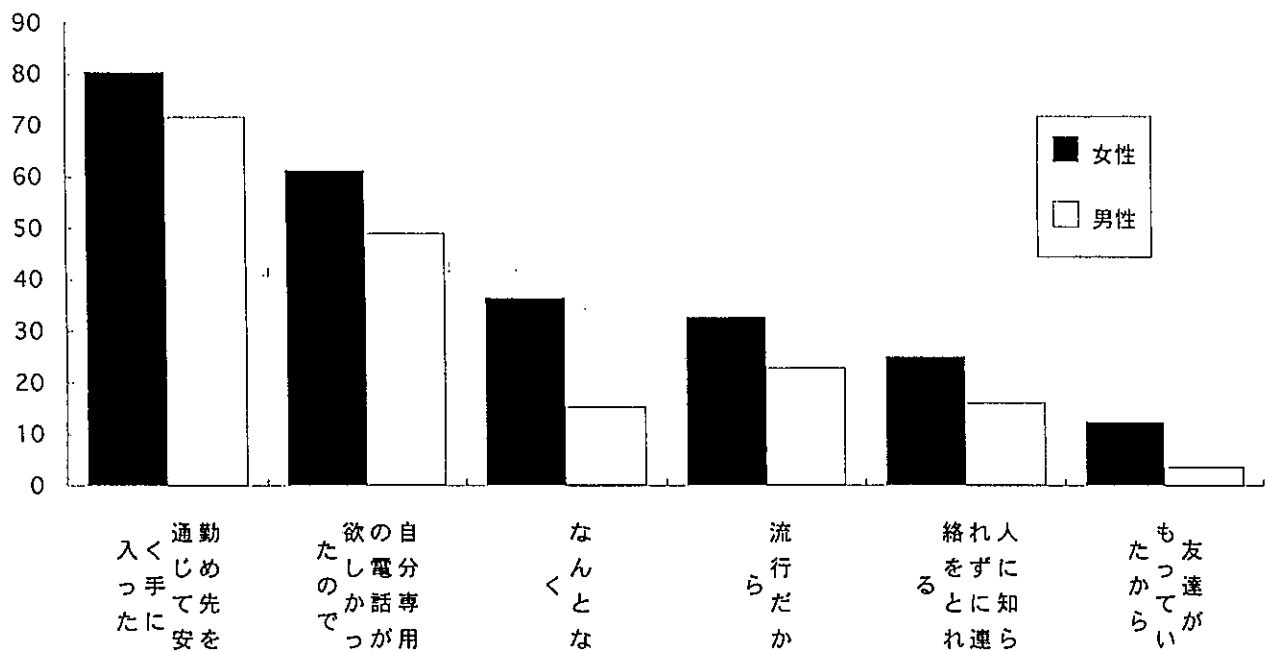
表 PHSを利用し始めた動機



女性に多い専用電話としてのニーズ

その他の動機としては、「自分専用の電話が欲しかった」という回答が、特に女性においては60%を越えており、また「人に知られず連絡をとれる」という回答も男性に比べて多いなど、同居しているケースが多い女性の専用電話としてのPHSの役割がうかがえる。また、女性に関しては、「流行だから」とか「なんとなく」といった消極的な回答も男性に比べて高いという傾向がみられた。

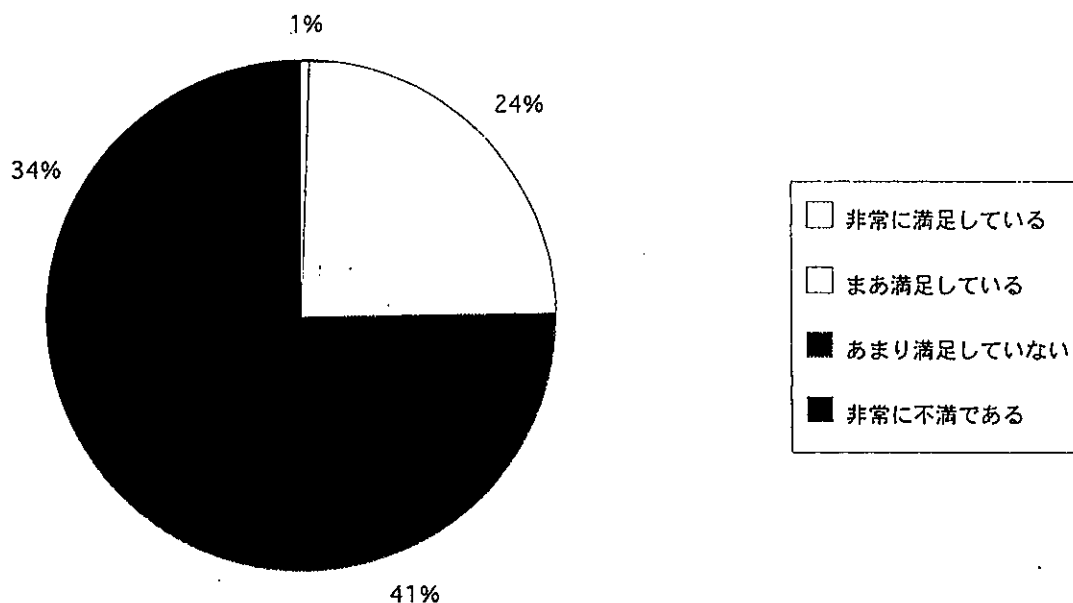
表 PHSの利用動機における男女差（有意差のあるもの）



現状では高い不満—その原因はエリアの未整備

PHSに関する満足度としては、「非常に満足している」と「まあ満足している」の合計が24.7%、「あまり満足していない」と「非常に不満である」の合計が74.9%と、結果から見る限りにおいては不満を感じる人が多いという傾向が見られた。

表 PHSへの満足度



下の表が示すように、自宅と会社（学校なども含む）がともにエリア内にある人の場合は、42%がサービスに対して満足であるのに対して、どちらも圏外であると満足の率は22%と約半分にまで減少する。PHSは、そもそもは自宅内での利用はあまり考えられていなかったが、利用者からみると重要なポイントであると言えそうである。

PHSへの要望や自由回答などからみても、やはり利用できるエリアや屋内での利用への要望が特に高いことなどから、不満もこの点に集中しているものと考えられる。しかしながら、調査時期が非常に早期であることを考えると、現時点において、この結果自体はあまり強調されるべきではないであろう。

表 自宅・会社の圏内/圏外とPHSへの満足度の関係

	PHSに	
	満足な人の率	(人数)
自宅も会社の圏内	41.8%	(98)
自宅のみ圏内	28.3	(46)
会社のみ圏内	23.0	(366)
どちらも圏外	21.5	(303)

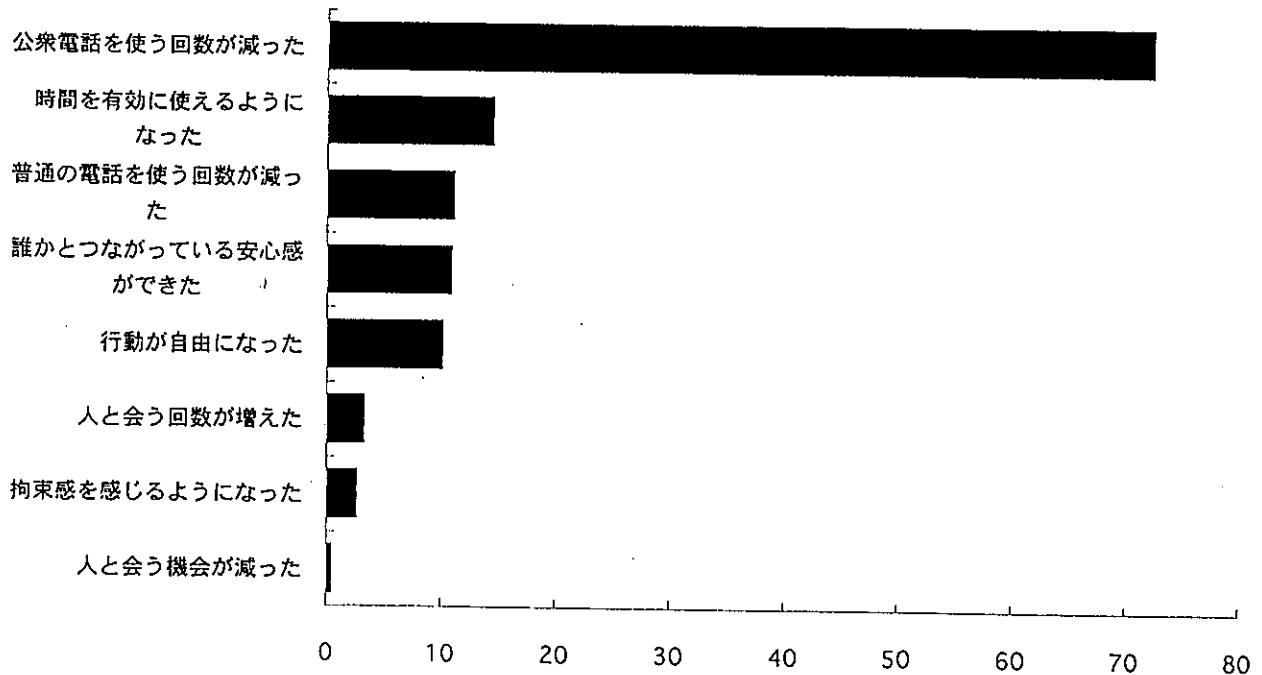
公衆電話の代用としての位置づけ

PHSを使った結果として感じられたことでは、「公衆電話を使う回数が減った」(72.5%)という回答が非常に多く、他に関しては特に積極的なものは見られなかった。

先に示したように、使い始めた動機としてもやはり「公衆電話の代用」という回答は多く、PHS自体に対する認識としては、期待としても結果としても、この意味が大きいものとして考えられる。

反面、「行動が自由になった」・「人と会う回数が増えた」など、大きな影響に関しては変化が見られず、利用時間が短いとともにそれだけ影響への認識も小さいと考えられる。

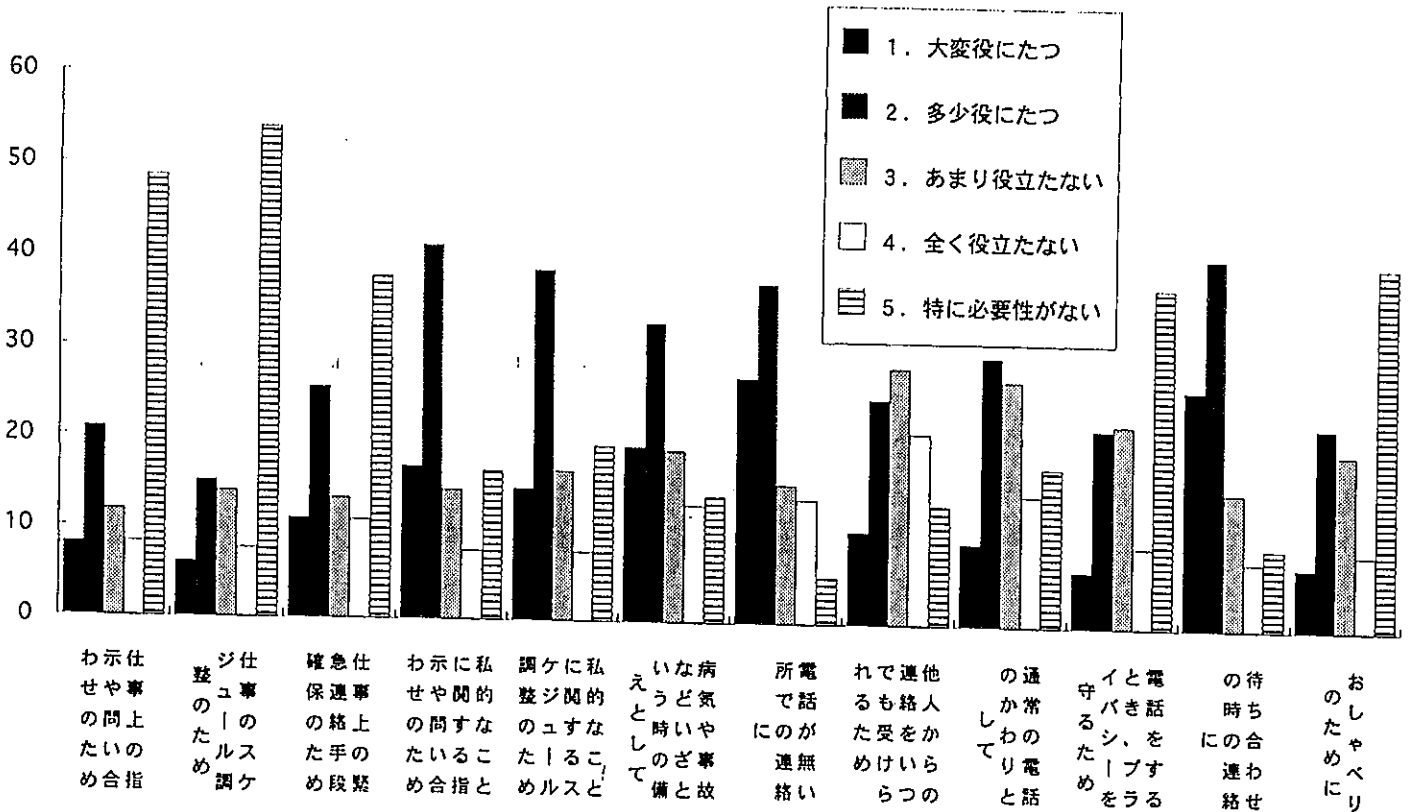
PHSを利用した結果



プライベートな面に評価が集中

PHSが役だったことに関しては、「電話のないところの連絡」や、「待ち合わせの時の連絡」、「私的なスケジュール調整」などの項目について、役立つと見る傾向がうかがえる。これに対し、「仕事上の指示や問い合わせ」といった項目に関しては、「特に必要がない」という回答が非常に高く、現時点ではビジネスユースについてはあまり利用されていないと言える。

表 PHSで役だったこと

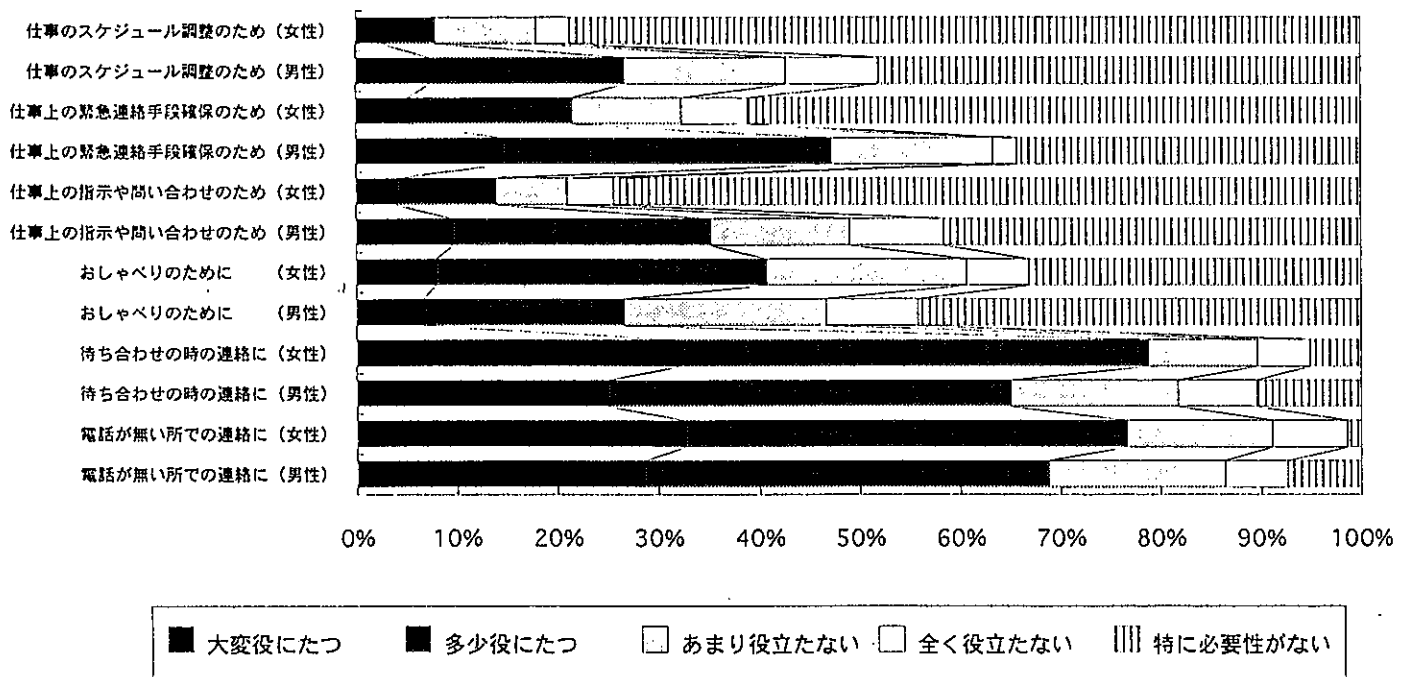


女性に多いプライベートな利用

こうした公私における利用の差は、特に女性において強く現れている。「仕事上の緊急連絡手段確保」や「仕事のスケジュール調整」といった、ビジネスユースに関する必要性は、女性において低く、逆に「おしゃべり」や「待ち合わせの連絡」など、プライベートな利用に関しては、女性の方がより「役だった」と答える傾向が高い。

こういった意味でも、当面は女性のプライベートな利用がポイントになると考えられる。

表 PHSで役だったことにおける男女差（有意差のあるもの）



まとめ

わが国にPHSが導入されてまだ日が浅いが、社会のPHSに対して示す関心は異常ともいえる高まりである。PHSのような新しい製品が社会に受け入れられていくプロセスは、その製品が社会生活に与えるインパクトが強ければ強いほど、マスコミや一般の人々からの抵抗や批判が大きいものになる。強い期待の裏返しとしての現状の批判である。しかし、ひとたびそれらを乗り越えたときには、社会に受け入れられていくスピードは、批判の大きさに比例して、飛躍的に速いものになると予想される。

本研究の独自性は、新しい生活変革のメディアであるPHSの導入直後のもっとも批判や抵抗の強い時期になされたところにある。今回の調査結果は、PHSの現状を改善するためにも、またPHSの今後を占う上でも、貴重なデータである。さらに、PHS導入後の1年、あるいは数年後の利用実態との比較をする際の基準データという意味も持つであろう。以下に本調査の主要な結果について簡単にまとめる。

A. PHS利用者のプロフィール

調査の対象者として選ばれた利用者の平均的な姿は、年齢的に若く（34歳）、高学歴（大卒52%）であり、しかも高所得者層（年収741万円）である。職業は、ホワイトカラーの比率（62%）が高い。企業のヤング・エリートを中心とした積極的な利用者像がうかぶ。また、今回の調査対象者には、情報機器、特にパソコンを所有するものが多く見られた。

B. PHSの利用のされかた

PHSは、利用回数は必要最低限に、利用時間も短く、自分の生活時間の隙間ともいえる外出中を利用して使われている。親しい相手に限定し、プライベートな要件を中心にこちらから伝える発信中心のメディアとして利用されている。主要な結果は、つぎの通りである。

◎利用頻度は、「ほぼ毎日」利用するものが4人に1人、「週に数回」利用する人が37%である。このように3人に2人は、週に数回以上活用している。

◎一回あたりの利用時間は、1-2分がもっとも多く（40%）、1分未満（28%）とあわせると2分以下の利用が3回に2回ということになる。あきらかに、一般の電話のように、「おしゃべり」のためのメディアであるよりは、「情報伝達」のメディアとして利用されていることを示している。

◎発信主体のメディアとして利用されている。PHSをかけた回数5.2回に対し、PHSを受けた回数は1.7回と、こちらからかけるケースが圧倒的に多い。受動的な利用ではなく、情報発信という能動的な利用が多いところに特徴がある。

◎利用する場所は、路上・駅などであり、外出中の発信のメディアとして公衆電話のかわりとして利用されている。

◎PHS通話の相手は、家族・友人などのプライベート志向が高く、仕事関係の利用は少ない。特にこちらからかけるときは、家族が多い。このようなプライベート志向は、通話相手の狭さからもうかがえる。自分のPHSの電話番号をあまり多くの人に知らせない。要するに、PHS利用者にとって重要な人間関係を結び付けるメディアとして利用されていることをうかがわせる。

C. PHSの利用動機と評価

PHSを使い始めた動機としては、「携帯電話より料金が安い」（81%）がもっとも多い。価格の問題が大きい。また「公衆電話の代わり」（55%）「緊急時の連絡」（53%）といった携帯通信機的な特性が5割程度で続いている。また、専用電話としてのニーズもある。「自分専用の電話が欲しかった」という回答が、特に女性においては60%を越えており、また「人に知られず連絡をとれる」という回答も男性に比べて多いなど女性の専用電話としてのPHSの役割がうかがえる。

PHSの利用は、ビジネスから離れてプライベートな利用（63%）が中心であり、仕事のための利用（8%）を大きく引き離している。実際にPHSを利用している評価でも、仕事上で「役にたった」とするものは少ない。「電話のないところの連絡」や、「待ち合わせの時の連絡」、「私的なことから指示や問い合わせ」「私的なスケジュール調整」などで「役立った」とするものが多い。このように、プライベートな利用での評価がとくに高いところにPHSの特徴がある。

しかし、PHS全般に関する評価は、4人に1人が満足しているにすぎず、不満の占める割合が高い。利用できるエリアや屋内での利用への要望が特に高いことから、現状のエリアの未整備に不満の原因が求められる。PHSの利用動機と評価は、PHSの今後を考える上でもっとも重要な情報である。最初に述べたようにユーザーからの導入直後の現時点での批判は、PHSに対する期待の大きさを物語るものであり、現状への不満が解決された時に、PHSに対する真の評価がなされると言えるであろう。

単純集計結果 (N=856)

問1 現在あなたがお使いのPHSの料金は、どなたが負担していますか。あてはまるものに○をつけて下さい。

1. 会社等の法人 2. 自分個人 3. 家族 4. その他(具体的に:)
 5. 4% 87.7% 5.7% 0.2% 不明 0.9%

問2 PHSを使い始めてから、どの位になりますか。

1. 2週間未満 0.6% 2. 2週間～1ヶ月未満 2.7%
 3. 1ヶ月～2ヶ月未満 28.7% 4. 2ヶ月～3ヶ月未満 43.6%
 5. 3ヶ月以上 23.5%

問3 お使いの機種は、下のどれですか。あてはまるものに○をつけて下さい。

1. A111 (JRC製) 2.6% 2. A121 (NEC製) 14.7%
 3. A131 (Panasonic製) 60.0% 4. A141 (SHARP製) 14.3%
 5. A151 (SANYO製) 3.5% 6. A162 (日本電装製) 1.4%
 7. その他 0.5% 不明 3.0%

問4 次のような利用方法をされていますか。利用されているものの番号にすべて○をつけて下さい。

1. PHSをトランシーバーとして使う 3.4%
 2. PHSをコードレスホン(子機)として使う 3.2%
 3. PHSでパソコン通信をする 1.6%
 4. PHSでFAXの送信または受信をする 0.2%
 5. 仕事の利用と私的な利用で、通話ごとに課金分けをしている 8.3%
 6. どれも利用していない 78.6%

問5 以下の場所でPHS(公衆モード)をお使いになったことがありますか。各々の項目について、あてはまるもの一つずつ○をつけて下さい。

	利用経験あり			利用経験 ない	圏外の ため利 用でき ない	NA
	ほぼ 毎日 使う	週に 数回 使う	週に 1回 以下			
(1) 自宅	1.4%	4.8	7.2	3.7	80.0	2.8
(2) 路上	10.6	35.4	37.5	5.0	9.0	2.5
(3) 駅の構内	8.6	34.8	37.5	12.9	4.0	2.2
(4) 地下街	2.1	10.9	28.0	42.3	11.8	4.9
(5) 自動車やバスの中	3.4	11.3	31.9	27.5	21.6	4.3
(6) レストラン、喫茶店など飲食店	0.6	6.3	24.4	42.4	20.7	5.6
(7) 勤務先または在学校	2.9	9.9	17.9	24.4	40.9	4.0
(8) 仕事で訪問先の会社	1.5	5.1	10.0	58.5	20.0	4.8

問6 ふだん、あなたはどのような目的でPHSを利用しますか。

あてはまる番号に一つだけ○をつけて下さい。

- | | |
|-------------------|------|
| 1. ほとんど仕事のために利用する | 7.7 |
| 2. 仕事にも私用にも両方利用する | 27.7 |
| 3. ほとんど私用で利用する | 63.3 |
| NA | 1.3 |

問7 あなたがPHSを使い始めた動機は何ですか。

各々、あてはまるものに○をつけて下さい。

- | | 1. はい | 2. いいえ | NA |
|---------------------------|-------|--------|------|
| 1. 移動が多く連絡が取りにくいので | 38.4 | 54.2 | 7.4 |
| 2. 公衆電話をよく使うのでそのかわりとして | 54.8 | 38.6 | 6.7 |
| 3. 自分専用の電話が欲しかったので | 48.7 | 44.5 | 6.8 |
| 4. 仕事場で電話が使えないので | 5.5 | 86.2 | 8.3 |
| 5. 自宅に電話を引くかわりとして | 7.6 | 83.9 | 8.5 |
| 6. ポケットベルで呼び出されることが多かったので | 15.4 | 76.4 | 8.2 |
| 7. 携帯電話より料金が安いから | 81.1 | 14.5 | 4.4 |
| 8. 携帯電話より機能的に優れているから | 11.1 | 80.3 | 8.6 |
| 9. 会社に持たされたので | 4.2 | 87.5 | 8.3 |
| 10. 緊急時の連絡のため | 52.5 | 40.5 | 7.0 |
| 11. 広告を見てよいものだと思って | 40.9 | 50.6 | 8.5 |
| 12. 人に知られずに連絡をとることができるから | 16.8 | 74.8 | 8.4 |
| 13. 勤め先の会社を通じて安く手に入ったから | 70.0 | 24.8 | 5.3 |
| 14. 流行だから | 23.2 | 67.9 | 8.9 |
| 15. 友達がもっていたから | 5.5 | 85.7 | 8.8 |
| 16. なんとなく | 18.8 | 71.3 | 9.9 |
| 17. その他(具体的にご記入下さい) | 10.2 | | 89.8 |

問8 ふだんあなたはPHSでだれと話しますか。かける場合と受ける場合に分けて、

1週間に1回以上話す相手の番号にすべて○をつけて下さい。

- | [PHSでかける場合] | | [PHSで受ける場合] | |
|---------------------|-------|---------------------|------|
| 1. 家族 | 65.7% | 1. 家族 | 35.5 |
| 2. 同性の友人・知人 | 35.5 | 2. 同性の友人・知人 | 25.5 |
| 3. 異性の友人・知人 | 31.2 | 3. 異性の友人・知人 | 24.5 |
| 4. 仕事関係の人(自社の) | 28.9 | 4. 仕事関係の人(自社の) | 17.2 |
| 5. 仕事関係の人(取引先等自社外の) | 16.7 | 5. 仕事関係の人(取引先等自社外の) | 5.1 |
| 6. その他(具体的に:) | 3.4 | 6. その他(具体的に:) | 2.1 |
| 7. ほとんどかけない | 10.9 | 7. ほとんど受けない | 36.1 |

問9 最近1週間でPHSを、何回くらい使われましたか(ただし、コード

レスホンの子機または、トランシーバーとしての利用は除きます)。

かけた回数と受けた回数にわけて大体の数字でお答え下さい。

かけた回数 約 () 回	受けた回数 約 () 回
---------------	---------------

	かけた	受けた			
0 回	17.1%	50.8%	4	4.2	1.8
1	13.3	15.3	5	11.1	4.3
2	12.5	10.0	6以上	25.4	5.8
3	14.6	5.7	NA	1.9	6.2

問10 PHSは、1回あたり何分くらいかけることが多いですか。
 大体の感で結構ですから、お答え下さい。

1. 1分未満	27.6%	2. 1～2分未満	39.5	3. 2～3分未満	18.8	NA 2.0
4. 3～5分未満	7.4	5. 5～10分未満	2.7	6. 10分以上	2.1	

問11 平均すると1日に何時間くらいPHSのスイッチを入れていますか。

	(1) 平日 () 時間くらい		(2) 日曜、休日 () 時間くらい		
	平日	日曜、休日	平日	日曜、休日	
0	11.1%	23.4	1-5	31.2	20.8
6-10	20.7	26.0	11-	30.6	21.7
NA	6.2	18.1			

問12 PHSを利用して、どの程度満足していますか。

1. 非常に満足している	0.7	2. まあ満足している	23.9	NA 0.5
3. あまり満足していない	40.7	4. 非常に不満である	34.2	

問13 PHSを使うようになって、次のようなことを感じることはありますか。
 あてはまるものを、下の中からいくつでも選んで下さい。

1. 時間を有効に使えるようになった	14.6
2. PHSのおかげでいつでも誰かとつながっているという安心感ができた	11.0
3. PHSのおかげで行動が自由になった	10.2
4. PHSを持つことで拘束感を感じるようになった	2.7
5. PHSを持つようになってから、人と会う回数が増えた	3.3
6. PHSを持つようになってから、人と会う回数減った	0.5
7. 公衆電話を使う回数減った	72.5
8. 普通の電話を使う回数減った	11.2

問14 あなたのふだんのPHS利用について、次の中で当てはまる番号にすべて○をつけてください。

1. 使わないときは電源を切って発信専用になっていることが多い	35.9%
2. 外出する時は、常にPHSのスイッチをオンにしている	58.9
3. PHSのエリア内かどうかを考えて行動することが多い	27.8
4. PHSでは長電話はやめるようにしている	20.2
5. 自分のPHSの番号はごく限られた人しか知らない	71.6
6. 人前でPHSを使うときには、迷惑をかけないように気をつかう	54.3
7. 近くに公衆電話があればそちらを利用することが多い	15.5
8. 周りに人がいる所でPHSを使うのは、気恥ずかしい	21.8
9. PHSで話していると、普通の電話とは話の雰囲気が変わるような感じがする	8.8
10. PHSを他の人に貸して使わせることがある	14.7

問15 PHSと電話利用についてうかがいます。

(a) あなたが日頃接している人の中に、PHSを使っている人はどれくらいいますか？ また、携帯電話を使っている人はどれくらいいますか？
 ざっと思い浮かぶ人数をお答えください。

PHS: 約 () 人 携帯電話: 約 () 人

PHS 0人 15.2% 1-5人 57.0 6人以上 12.0 NA 2.8
 携帯電話 0人 4.9 1-5人 52.5 6人以上 35.3 NA 5.3

(b) 現在、お住まいの世帯内でPHSを使っている方がいますか。
 いらっしゃる方は、その人数をお知らせ下さい。

1. いない 2. いる () 人
 84.8% 14.1 NA 1.4

(c) 月に1度以上は電話（PHS含む）で私的な話をする親しい人
 （友人・知人・同僚など）はいますか。また、いる場合は、
 その人数をお知らせ下さい。

1. いない 2. いる () 人くらい
 30.5% 68.1 NA 1.4

問16 PHSは、近い将来、データ送受信機能が充実し、通話以外の使い方が
 できるようになると言われています。そうなった場合、あなたは次のど
 れにあてはまりますか。あてはまるものにいくつでも○をつけて下さい。

- 1. 通話以外の用途では使わないだろう 47.8%
- 2. インターネットを使うためにPHSを使うだろう 20.8
- 3. 情報端末として仕事の業務連絡に使うだろう 18.0
- 4. 既存の携帯端末（ザウルスなど）をケーブルで接続して使うだろう 12.9
- 5. パソコンにケーブルで接続して使うだろう 27.1
- 6. FAXにケーブルで接続して使うだろう 17.3
- 7. ケーブルなしのPHS専用の携帯端末を使うだろう 10.7

問17 PHSはあなたにとって、下の各項目に、どれくらい役立ちますか。
 それぞれについてあてはまるものに一つづつ○をつけて下さい。
 もし、現在、特に必要性を感じていない場合は、5に○をつけて下さい。
 NA は、省略

	大 変 役 に た つ	多 少 役 に た つ	あ ま り 役 立 た い	全 く 役 立 た な い	特 に 必 要 な 性 な が い
1. 仕事上の指示や問い合わせのため	8.1	20.9	11.8	8.3	48.6
2. 仕事のスケジュール調整のため	6.1	15.1	14.0	7.7	54.0
3. 仕事上の緊急連絡手段確保のため	11.0	25.5	13.3	10.9	37.7
4. 私的なことに関する指示や問い合わせのため	16.9	41.2	14.3	7.6	16.5
5. 私的なことに関するスケジュール調整のため	14.5	38.6	16.5	7.6	19.3
6. 病気や事故などいざという時の備えとして	19.3	32.9	18.9	12.9	13.9
7. 電話が無い所での連絡に	27.0	37.4	15.3	13.7	5.1
8. 他人からの連絡をいつでも受けられるため	10.2	24.8	28.3	21.1	13.2
9. 通常の電話のかわりとして	9.1	29.6	27.0	14.4	17.5
10. 電話をするとき、プライバシーを守るため	6.2	21.8	22.3	8.9	37.4
11. 待ち合わせの時の連絡に	26.2	40.7	15.0	7.4	8.9
12. おしゃべりのために	6.9	22.3	19.4	8.4	40.0

問18 あなたは、以下の携帯通信端末をお持ちですか。各々の機器について、

1. 現在持っている、
2. 現在持っていないが、以前持っていた、
3. 今まで持っていたことがないが、将来はほしい
4. 今まで持っていたこともないし、将来もほしくない

の4つの中から、ひとつずつお選び下さい。

また、1. 現在持っている場合は、それを選んだ理由を右側の

- a. 料金が安い、 b. エリアが広い、 c. 送受信の確実性
の中から一つ選んで○をつけて下さい。

NA は、省略

	1 現在 持っ てい る	2 現 在 が 以 前 所 有 し て い な い	今まで所有した ことはない		(附) 1. 現在、 持っている理由		
			3 将 来 ほ し い	4 将 来 も ほ し く な い	a 料 金 が 安 い	b エ リ ア が 広 い	c 送 受 信 の 確 実 性
携帯電話							
1. NTTドコモ (アナログ)	2.8	1.8	13.8	59.8	0.1	2.0	0.9
2. NTTドコモ (デジタル)	3.9	1.1	37.4	39.0	0.2	3.0	2.0
3. IDO (アナログ)	2.5	1.8	11.4	62.1	0.7	1.3	0.6
4. IDO (デジタル)	0.9	0.5	20.0	55.3	0.1	0.7	0.6
5. デジタルホン	2.1	0.5	15.0	59.6	0.6	0.7	0.7
6. ツーカーセルラー	1.4	0.6	14.8	60.4	0.4	0.7	0.8
PHS							
1. NTTパーソナル系	2.7	0.4	14.7	59.0	1.9	0.5	0.6
2. DDIポケット系	0.7	0.2	10.9	63.7	0.2	0.4	0.1
ポケットベル各社							
NTTDoCoMo, 東京テレメッセージ など	19.6	6.2	14.0	45.0	3.6	4.4	9.3

問19 お宅には、次のような機器がありますか。

各々の機器について、1から3のうち、あてはまるもの一つに○をつけてください。
(知らない機器については「3. 将来もほしくない」に○をつけて下さい)。

NA 省略

	家 に あ る	家 に 来 な い	将 来 ほ し い	将 来 も ほ し く な い		家 に あ る	家 に 来 な い	将 来 ほ し い	将 来 も ほ し く な い
1. パソコン	42.1	43.3	7.7		8. ポケットベル	27.0	7.9	57.2	
2. ワープロ専用機	51.5	11.6	30.5		9. 電子手帳	33.8	19.2	40.0	
3. ファクシミリ	31.2	47.4	14.3		10. 携帯情報端末 (FAXモデム付)	6.5	38.7	44.6	
4. コピー機	11.3	29.8	48.0		11. パソコン通信用モデム	17.1	41.6	32.1	
5. コードレス電話	68.8	17.1	9.7		12. 衛星放送受信装置	45.0	35.4	12.0	
6. 留守番電話	77.3	13.3	5.0		13. ケーブルテレビ	13.1	52.5	25.5	
7. 携帯電話	18.8	42.3	30.6		14. カーナビゲーション	5.8	56.5	28.8	

問20—あなたは、以下のことをどのくらいの頻度でしていますか。
 各々あてはまる番号に○をつけて下さい。 (NA 省略)

	ほぼ 毎日 する	週に 数回 する	週に 1回 する	月に 数回 する	月に 1回 以下	使った 経験は ある	使った 経験が ない
(1) 電話で人と話す	68.1	21.3	3.2	4.4	0.9	0.1	0.1
(2) 留守番電話機能を使う	35.3	13.9	4.0	7.1	6.1	13.0	17.3
(3) 携帯電話を使う	8.6	5.7	2.2	4.7	2.6	31.4	39.4
(4) PHSを使う	24.1	36.8	10.3	14.7	6.3	4.9	0.9
(5) パソコンを使う	44.0	13.4	2.6	4.0	3.3	13.8	15.9
(6) パソコン通信をする	12.1	8.1	2.0	3.6	2.1	12.1	58.1
(7) インターネットを使う	6.2	3.4	1.8	3.3	2.0	10.0	69.0
(8) ファクシミリを使う	32.4	19.7	5.4	12.3	4.7	8.4	13.7
(9) ポケットベルを使う	15.8	5.8	1.5	2.3	2.6	20.6	47.9
(10) テレビを見る	90.0	8.2	0.9	0.4	0	0.1	0.7
(11) ビデオを見る	27.7	25.0	12.0	21.7	8.4	1.9	0.8
(12) テレビゲームをする	6.9	12.6	4.9	9.8	12.5	36.3	14.0

問21 以下の項目について、あなた自身は「はい」か「いいえ」のどちらに、あてはまりますか。あてはまる方一つに○をつけて下さい。

	1. はい	2. いいえ	NA
(1) 友人が何か変わったものをもっているとすぐほしくなるほうだ。……	29.9	69.0	1.1
(2) 何かしようとするとき、他の人の意見が気になるほうだ。……	43.0	55.8	1.2
(3) 数人の友人や、大勢の人たちと話し合っているとき、その場のムードで自分の意見を変えることがある。……	41.5	57.4	1.2
(4) 一般に人が知っていて、自分が知らないことがあると恥ずかしい。……	55.3	43.5	1.3
(5) どんなことでも、できるだけ詳しく徹底的に知ろうとする。……	49.9	48.9	1.2
(6) 自分の知っていることを、他人に教えてあげることが好きな方だ。……	69.6	29.0	1.4
(7) 自分は、他の人からよく相談を受ける方だ。……	64.4	33.9	1.8

問22 以下のことにあなたはどのように思われますか。それぞれについてあてはまる番号に一つだけ○をつけて下さい。

	1 そう思う	2 そう 思わない	NA
(1) 電車の中などで携帯電話のマナーが悪い人が多い……	68.5	30.8	0.7
(2) 人の多い場所では、なるべく携帯電話は使わない方がよい……	70.9	28.3	0.8
(3) 個人的な手紙をワープロで書くのはなるべくやめた方がよい……	46.0	53.0	0.9
(4) 目上の人からの贈り物のお礼を電話ですませるのはなるべくやめた方がよい……	46.1	52.9	0.9
(5) 電車の中でウォークマンを聞くのはなるべくやめた方がよい……	35.7	63.1	1.2
(6) 留守番電話に話を吹き込むのはためらいを感じる……	43.2	56.0	0.8
(7) 私は電話でおしゃべりするのが好きな方だ……	40.3	58.6	1.1
(8) 私はどちらかというと無口な方だ……	31.8	67.2	1.1
(9) 移動することが多い仕事をしている……	34.3	64.4	1.3
(10) 私の生活は一般の人と比べて忙しい方だと思う……	55.1	43.8	1.1
(11) 携帯電話やPHS電話を使っている人はカッコいい……	19.2	79.6	1.3

問23 現在、あなたは余暇時間を主にどのようにして過ごすことが多いですか。次の中であてはまるものにいくつでも○をつけて下さい。

	日経	PHS
a. テレビ、ラジオ、新聞、雑誌を みたり読んだりする	NIK 83.7	84.1%
b. 家族とのだんらん	51.4	43.5
c. 何もしないでのんびりする	42.9	35.5
d. 友人との交際	47.0	44.6
e. 軽い運動やスポーツ	47.0	41.7
f. 軽い運動やスポーツ	33.2	49.6
g. 趣味、娯楽、ゲーム	37.8	20.7
h. 鑑賞、見物	27.8	19.5
i. 教養、勉強	20.4	3.9
j. 地域や社会のための奉仕活動	9.9	52.8

j. 外食、ショッピング	47.4	38.2
k. ドライブ	29.2	23.6
l. 日帰りの行楽	34.4	19.6
m. 一泊以上の旅行	29.7	

F1.		IBC 携帯・自動車 電話	IBC ポケット ベル	IBC 全体	PHS
(a) 性別	1. 男	58.1	61.0	43.6	74.3
	2. 女	41.9	39.0	56.4	25.7
(b) 年齢	1. 20歳未満	2.3	8.0	14.2	2.0
	2. 20-25歳	7.0	21.0	12.0	18.5
	3. 26-29歳	11.6	9.0	6.4	17.0
	4. 30-35歳	14.0	17.0	14.4	20.5
	5. 36-39歳	4.7	9.0	9.6	8.7
	6. 40-49歳	37.2	21.0	21.1	22.2
	7. 50-59歳	23.3	15.0	21.4	9.4
	8. 60歳以上	0	0	1.0	1.8
中央値 (メディアン)		41歳	34歳	37歳	33.6歳

注：IBC調査では、年齢は実数値であり、メディアンもそれに基づいて計算した。

(c) 現在、結婚していらっしゃいますか。				PHS
1. 既婚	88.0	63.0	66.1	55.0
2. 結婚していない	14.0	37.0	33.9	45.0

F2. あなたの住所はどこですか。一つ選んで○をつけて下さい。

1. 東京都23区	37.9%	2. 23区以外の東京都	10.5	3. 神奈川県	20.0
4. 埼玉県	13.3	5. 千葉県	15.7	6. 茨城県	1.1
7. 栃木県	0.4	8. 群馬県	0.1	9. 山梨県	0
10. 静岡県	0.5	11. その他	0.2	NA	0.5

F3. お家で同居されているご家族は、あなたを含めて何人ですか。

	携帯・自動車 電話	ポケット ベル	IBC 全体	PHS
1人	4.7	4.0	2.7	16.9
2	16.3	13.0	11.3	17.6
3	7.0	14.0	21.9	20.8
4	34.9	36.0	32.1	30.6
5	14.0	14.0	16.4	9.9
6	11.6	14.0	10.2	3.2
7以上	11.6	5.0	5.5	0.8

F4. あなたの職業は次のどれですか。一つだけ○をつけて下さい。

お 勤 め	1. 会社団体の役員	4.8
	2. 会社・団体の部課長	20.3
	3. 管理的公務員	0.1
	4. 一般事務職	22.8
	5. 会社・団体・官公庁などの専門・技術職	18.2
	7. 技能工・生産工程従事者	2.0
	8. 個人経営の経営者（商店主は9番）	1.8
	9. 販売店主	0.4
	10. 自営の専門・技術職（技術者・医師・弁護士・デザイナーなど）	2.7
	11. 自営業（著述業・芸能・スポーツ・タレントなど）	0.2
	12. その他の職業 [具体的に:]	3.0
	13. 大学生・大学院生	3.7
	14. 専門学校・各種学校生	0.1
	15. 高校生・中学生・小学生	0.6
	16. 主婦（フルタイムで働いている方は、1～12に○）	2.1
	17. 無職	0.7
		NA 0.8

F5. あなたが最後に卒業した、あるいは現在在籍している学校は、次のどれですか。

あてはまるものの番号に○をつけて下さい。

	携帯・自動車 電話	ポケット ベル	IBM 全体	PHS
1. 中学校	9.5	14.0	16.7	2.3
2. 高校	59.5	52.0	51.7	29.2
3. 短大・高専・旧制高校	16.7	17.0	15.9	16.8
4. 大学・大学院	14.3	17.0	15.8	51.8

F-6. 失礼ですが、お宅の世帯年収(税込み)は、次のうちのどれにあたりますか。

お差し支えなければ、お教え下さい。

	携帯・自動車 電話	ポケット ベル	全体	PHS
1. ~200万円未満	5.1	5.5	4.9	1.4
2. 200万円以上~400万円未満	12.8	14.3	15.6	9.7
3. 400万円以上~600万円未満	20.5	29.7	26.1	18.5
4. 600万円以上~800万円未満	23.1	20.9	23.7	18.2
5. 800万円以上~1,000万円	17.9	13.2	13.7	16.8
6. 1,000万円以上~	20.5	16.5	16.0	37.4
中央値(メディアン)	711万円	611万円	628万円	741万円

最後に、今後のPHSへのご要望をお聞かせ下さい。下の中から、あてはまるもの5つ以内で○をつけてください。

- | | |
|--------------------------------|-------|
| 1. 利用できるエリアを広げてほしい | 96.8% |
| 2. 屋内で利用できるようにしてほしい | 68.6 |
| 3. 電池が長く使えるようにしてほしい | 15.5 |
| 4. 通話料金を下げてほしい | 22.7 |
| 5. 基本料金を下げてほしい | 33.8 |
| 6. 音質を良くしてほしい | 6.4 |
| 7. 通話エリア内では確実に接続してほしい | 69.9 |
| 8. 携帯電話との間で利用できるようにしてほしい | 54.3 |
| 9. 国際電話の利用を可能にほしい | 7.6 |
| 10. フリーダイヤルにかけられるようにしてほしい | 17.5 |
| 11. どんな回線からもPHSへかけられるようにしてほしい | 45.2 |
| 12. 電車や自動車など、移動中にかけられるようにしてほしい | 67.6 |
| 13. キャッチホンが使えるようにしてほしい | 9.1 |
| 14. 別に要望はない | 0 |

(注: 集計は、5つ以上に○をつけたものも含めている。)

これ以外の要望がもしあれば、ご自由にご記入下さい。

ご協力、どうもありがとうございました。