

2001年8月7日

報道発表資料

株式会社情報通信総合研究所

「日米の着信課金サービスの現状に関する調査結果」

～日本でも個人向けフリーダイヤルサービスがブレイクの予兆～

株式会社 情報通信総合研究所(東京都港区、代表取締役社長:小原暉章)は、NTTコミュニケーションズ株式会社(以下、NTTコミュニケーションズ、東京都千代田区、代表取締役社長:鈴木正誠)による個人向けフリーダイヤルサービス^(注1、注2)の提供が開始されるのを機に、日米における着信課金サービス^(注3)並びに、米国における個人向け着信課金サービスについての調査を行い、その結果をまとめました。

(注1: フリーダイヤルサービス:現在、利用中の電話に、一般の電話番号のほかにフリーダイヤル番号(0120+6ケタ)を割当て、その番号のダイヤルによって提供される電話については、通話料を受信する側で負担するNTTコミュニケーションズの着信課金サービス)

(注2: NTTコミュニケーションズは8月1日にニュース・リリース「パーソナルフリーダイヤルサービスの提供について」を発表しております)

(注3: 米国の着信課金サービス:800番サービス、又はトルフリーサービスと言われ、現在では800番の他に888番、877番、866番も利用されております。)

本調査では、

- (1) 日本と米国の着信課金サービスの市場規模についての比較調査
 - (2) 米国における個人向け800番サービスの利用実態
- の2点を実施いたしました。

調査結果のポイント

(1) 日本と米国の着信課金サービスの市場規模についての比較調査

(1) - 1 . 携帯電話番号の数で見ると、米国市場は日本の約50倍

米国で稼働中の800番サービスの番号数は2000年末現在で約2300万に達しており、日本の約50万と比較すると、50倍近くの格差があります。(別紙1-1)

米国で800番サービスが導入されたのは1967年であり、16年後の1983年には300万番号、さらに10年後の1993年でも316万番号と、約25年間にわたり比較的ゆるやかに成長してきたのち、93年の番号ポータビリティ(800番の番号をかえないで、サービス事業者を変更できること)の導入を契機に、競争が激しくなって料金が大幅に値下げされた結果、急激な成長が開始され、最近では毎年300万以上の増加となっております。(別紙1-2)

一方、日本では 1985 年導入から 15 年後の 2000 年現在で約 50 万番号と、現在は 1990 年代はじめまでの米国の状況と同様に揺籃期にあるとともに、番号ポータビリティも最近導入されたため、今後の急速な伸びが期待されるところです。

(1) - 2 米国で 800 番サービスの普及が進んだ要因

主に、以下のような要因が考えられます。(別紙 2)

- ・カタログ販売やダイレクトメール市場が発達している
- ・バニティ(語呂合せ)番号の宣伝に企業が力を入れた
- ・番号ポータビリティが実施され、通信事業者を自由に換えられるようになった

(2) 米国における個人向け 800 番サービスの利用実態

ユーザーは、以下のような状況で個人向け 800 番サービスを利用しています。(別紙 3)

- ・大学生の子供が親元に電話する(米国では大学生は自活するのが普通)
- ・児童が家に電話する
- ・離れた場所に住む祖父母が子供に電話する。
- ・出張、旅行中の人々が家に連絡する

(3) 今後のトレンド

米国の 800 番サービス全体の成長傾向は 2004 年には 300 億ドルに達すると推定されており、今後も成長が見込まれます。一方、日本においても、通信販売やコールセンターの拡大、e ビジネスの進展に合わせて着信課金サービスの番号ポータビリティが導入されたこと、競争進展に伴う通信料金の低下、個人向けフリーダイヤルサービスがスタートすることにより、従来の企業向けサービスの拡大と併せて、個人及び中小企業の利用者層にも利用の拡大が期待されており、2003 年の市場規模は 1500 億円と予測されています。(別紙 4)

< 株式会社情報通信総合研究所 > 概要

1985 年 6 月に電気通信総合研究所(現財団法人国際通信経済研究所)から分離、設立されました。国内外の情報通信に関する調査・研究を専門としたシンクタンクとして、国、地方自治体、情報通信関連企業から調査・研究プロジェクトを受注、コンサルティングを行う等、多方面から高い信頼をいただいております。

弊社ホームページ：http://www.icr.co.jp/index_j.html

【お問い合わせ先】

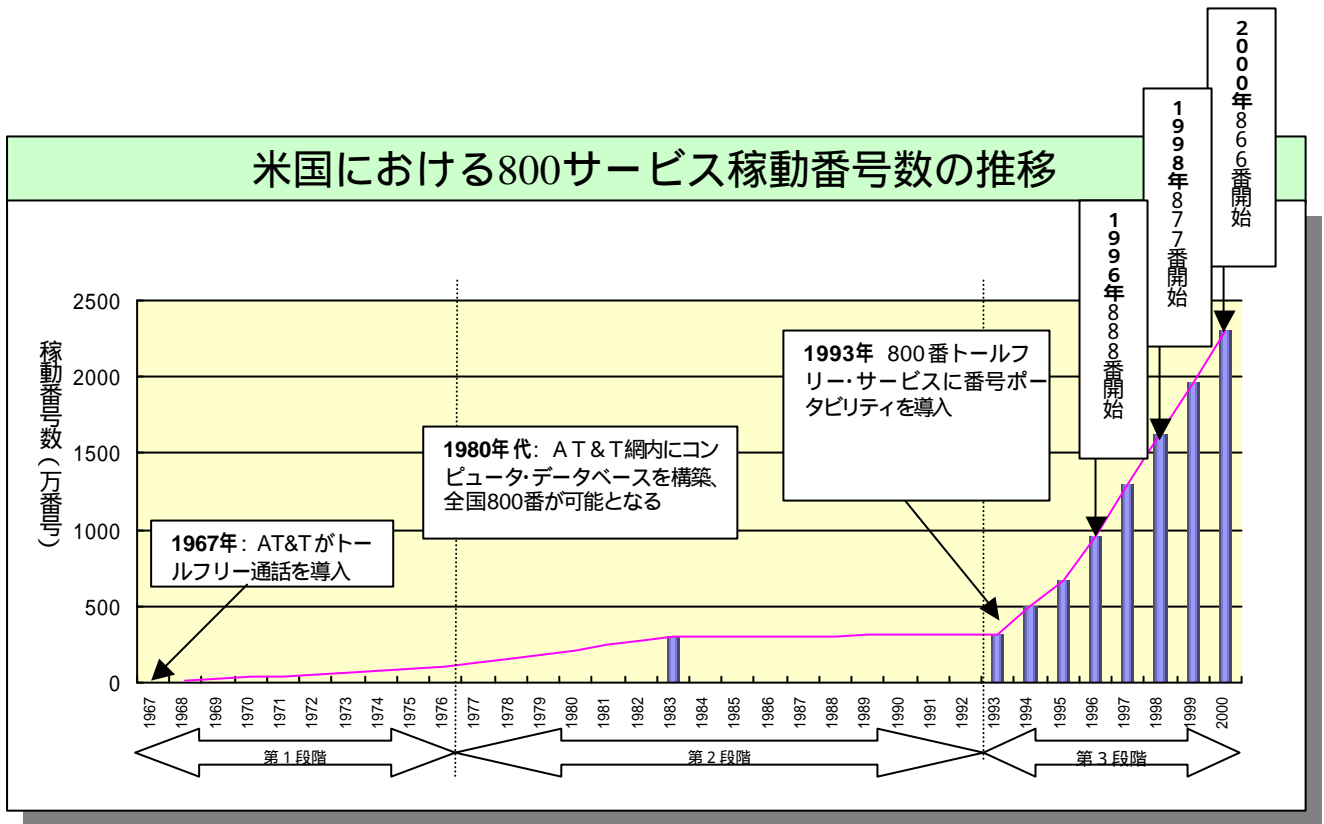
株式会社 情報通信総合研究所

通信事業研究グループ 松田 正

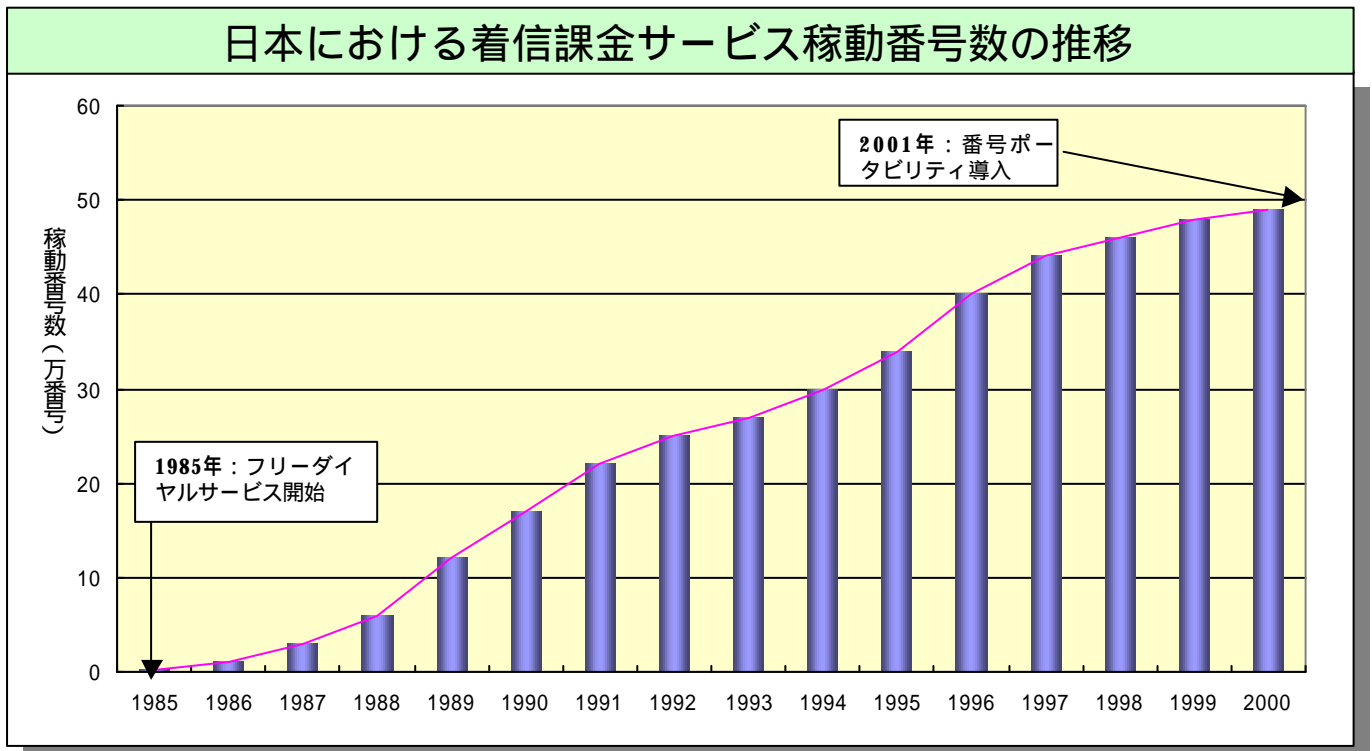
電話：03-3470-8296

メールアドレス matuda-t@icr.co.jp

報道発表資料(別紙1-1)

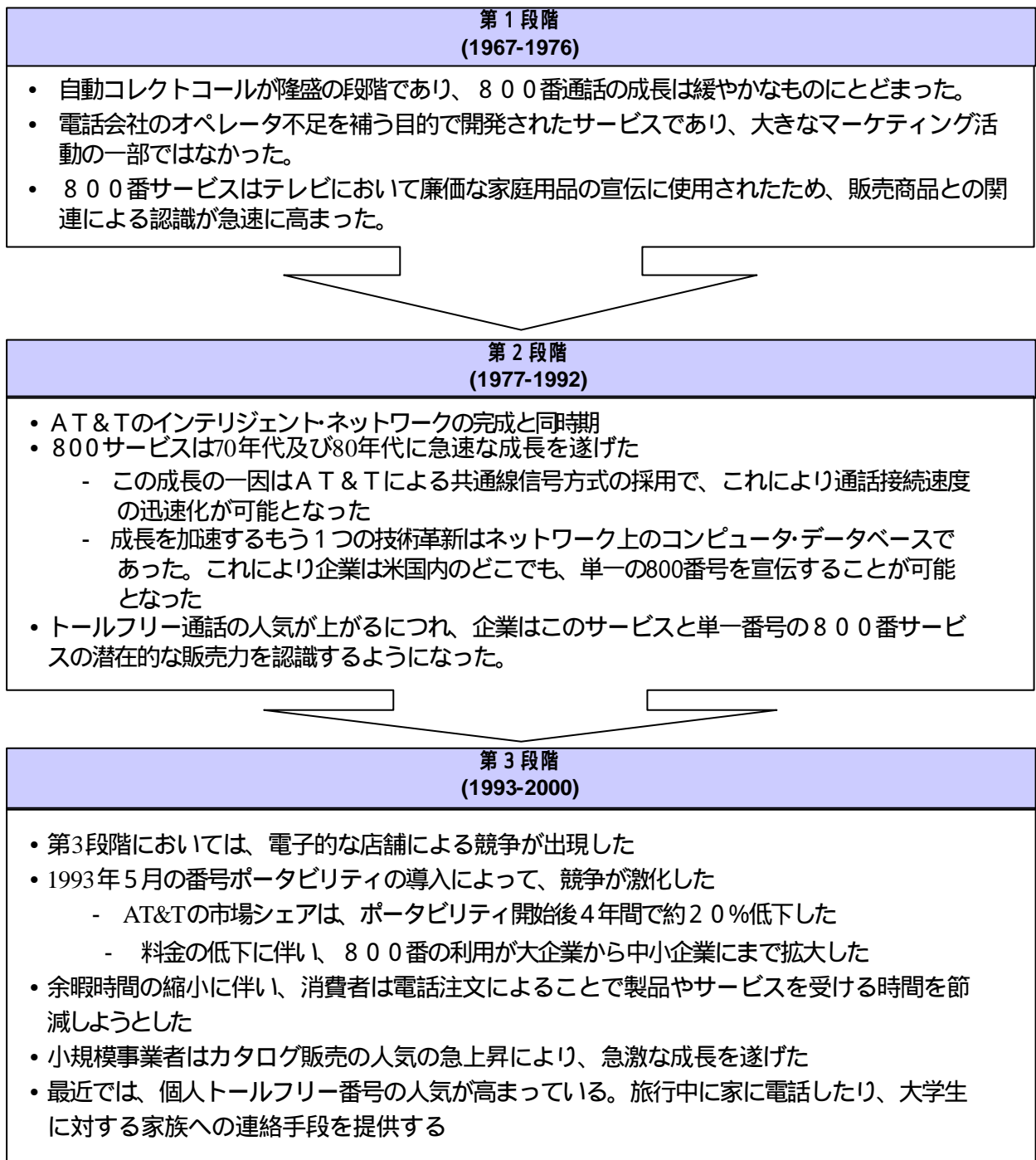


出所: FCC統計資料 AT&T資料



出所: 株式会社情報通信総合研究所

米国で800番サービスが経験してきた3つの発展段階

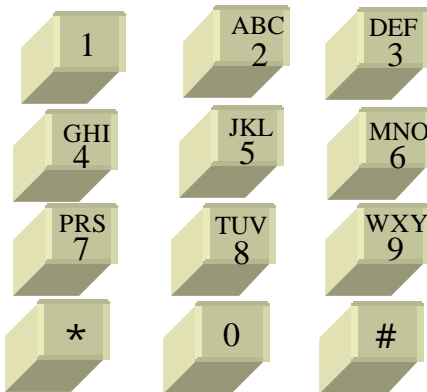


米国トールフリー市場の成長要因

| 要素 | 詳細 |
|-------------|---|
| 地理的、社会的要素 | <ul style="list-style-type: none"> 国土の広大さ、ダイレクトメール市場が日本の6倍 低賃金の地域にコールセンターを建設 |
| 消費者行動に関する要素 | <ul style="list-style-type: none"> 苦情、商品の返品、訴訟が日常的 消費者は店舗を訪れるよりも電話する方を好む 消費者は企業が800番サービスを提供することは当然と考えている |
| 企業行動に関する要素 | <ul style="list-style-type: none"> ダイレクトマーケティングは主要なマーケティング・カルチャーであり、様々な業界において、800番を使って受注 パニティ(語呂合せ)番号を使った大々的なテレビキャンペーンや宣伝の実施 企業は800番通話の費用についてそれほどシビアな管理は行っていない 企業は、他社との差別化のため、顧客サービスの運営の改善を図る必要があることを認識 コールセンター業界の大幅な成長により、トールフリー加入ベースの成長が促進 |
| 規制及び政策的な要素 | <ul style="list-style-type: none"> 規制緩和策により、再販売及び大口割引に関する規制が撤廃された 番号ポータビリティ及びコーラーID(発信番号表示サービス)の早期の導入 |
| キャリアの戦略的な要素 | <ul style="list-style-type: none"> 機器販売を含むコールセンター・ソリューションの提供 キャリア自身でサービスのプロモーションを行なう(1-800-CALL-ATT等) 大口顧客に対し、大規模な大口割引を提供 サービスに関する消費者、ユーザー教育 高度トールフリー・サービス機能の利用が可能となったため、運営コストの削減のためにトールフリーサービスを採用する企業が増大 トールフリーサービスの料金の低下による中小企業及び住宅用消費者の利用の促進 |
| その他の要素 | <ul style="list-style-type: none"> 過去数年間におけるワイヤレス市場の成長はトールフリー・サービスへの潜在需要を拡大 |

米国の電話機のダイヤルとパニティ(語呂合せ)番号

米国では、パニティ番号は数字だけの番号に比較すると10倍以上の宣伝効果があると言われている



パニティ番号の例 (「800」は日本の「0120」に相当)

花屋 「800 + FLOWERS」 = 「800 + 3569377」
「花」の意

航空会社 「800 + AIRWAYS」 = 「800 + 2479297」
「航空会社」の意

カード会社(American Express) 「800 + SUCCESS」 = 「800 + 7822377」
「事業での成功」の意

アプリケーション

800番サービスを利用することによるメリット

大学生の子
供が家に電
話する場合

- **親にとって:**
 - 子供からかけてきた通話を着信し、料金を負担することができる
 - 子供が学校からかけてくる料金の高いコレクトコールの代金を払う必要がない
 - コーリングカードの場合、学生はどこにでも掛けられるが、パーソナル800番は指定された番号にしか通話できないため、親はコーリングカード利用による高額のコスト負担を避けられる
 - セキュリティ感: 親にとっては、子供に何かあればすぐに連絡してもらおうことができるという安心感が得られる
- **学生にとって:**
 - 金がなくても、いつでも親元に電話する方法を確保できる
 - 紛失、盗難の恐れがあり、非常に長い番号をダイヤルする必要のあるコーリングカードを携帯することが不要となる
 - コーリングカードに含まれる「隠れたコストや手数料」の支払いを避けることができる
 - 留守番電話にメッセージを残すことができる。コレクトコールにおいてはこれは不可能である

子供が家
に電話する
場合

- **親にとって:**
 - 安心感: 親は、子供に何かあったときにはすぐに連絡を受けることができる
- **子供にとって**
 - 硬貨やコーリングカードを用意したり、家に電話するためにオペレータと話すことは不要

年配の両親
が子供に電
話する場合

- **成長した子供にとって:**
 - 金がかかることを理由に電話してこない両親にその言い訳を解決
 - 成長した子供とその両親との関係を以前と同様に緊密なものとする
- **年配の両親にとって**
 - 電話代を心配せずに、子供に電話をかけることができる
 - 電話をかけるのにコーリングカードの長い番号をダイヤルすることは不要

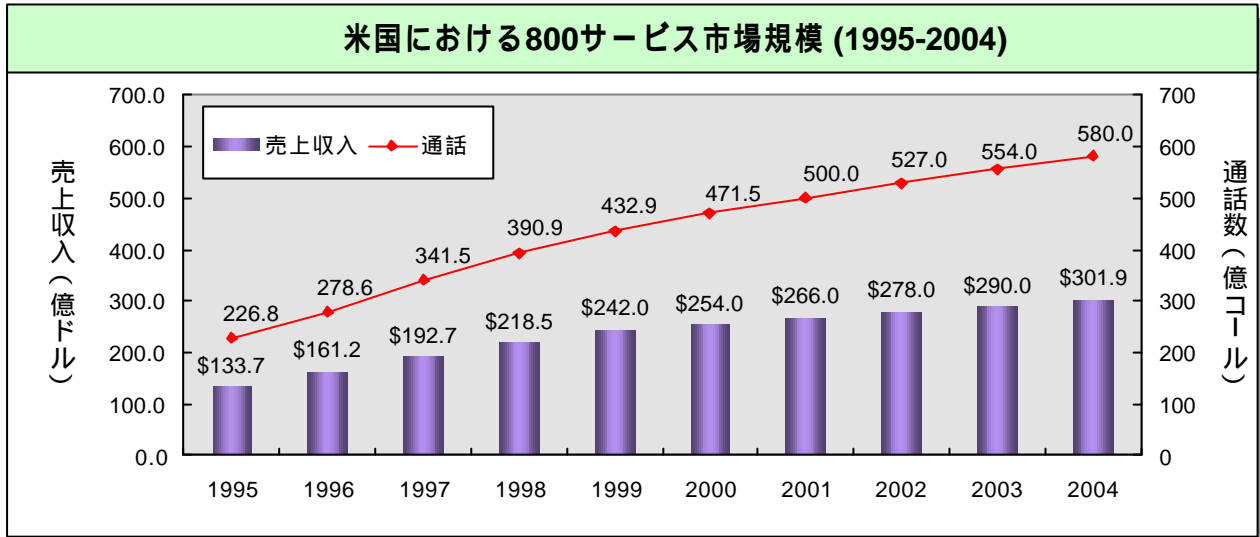
移動の多い
人が家に電
話する場合

- 航空機や鉄道の乗組員、トラックの運転手、セールスマン、ビジネス出張者、休暇中の家族がいつでも、家に電話することができる
- **常に移動することの多い人々にとって:**
 - どこにいても、容易に家に電話することができる
 - 出張で旅行中の人にとっては、800番号を利用することにより、非常に高いホテルの電話代を避けることができる
 - 家の留守電を常にチェックし、家族と常に連絡を取る便利な方法である
- **家族にとって:**
 - 旅行中の家族から、容易に連絡を取る方法があることを認識

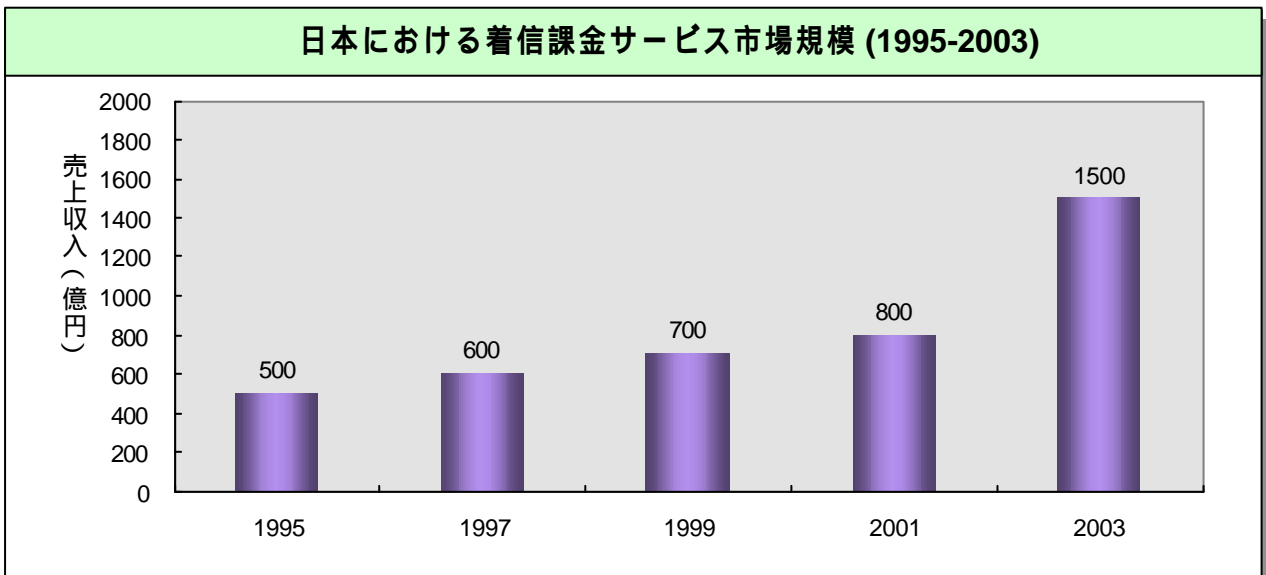
報道発表資料(別紙4)

日米の着信課金サービスの市場規模予測

～米国では2001年以降も緩やかな増加傾向、日本では、2001年から2年間で100%近くの急増傾向を予測～



出所: MMTA



出所: 株式会社情報通信総合研究所