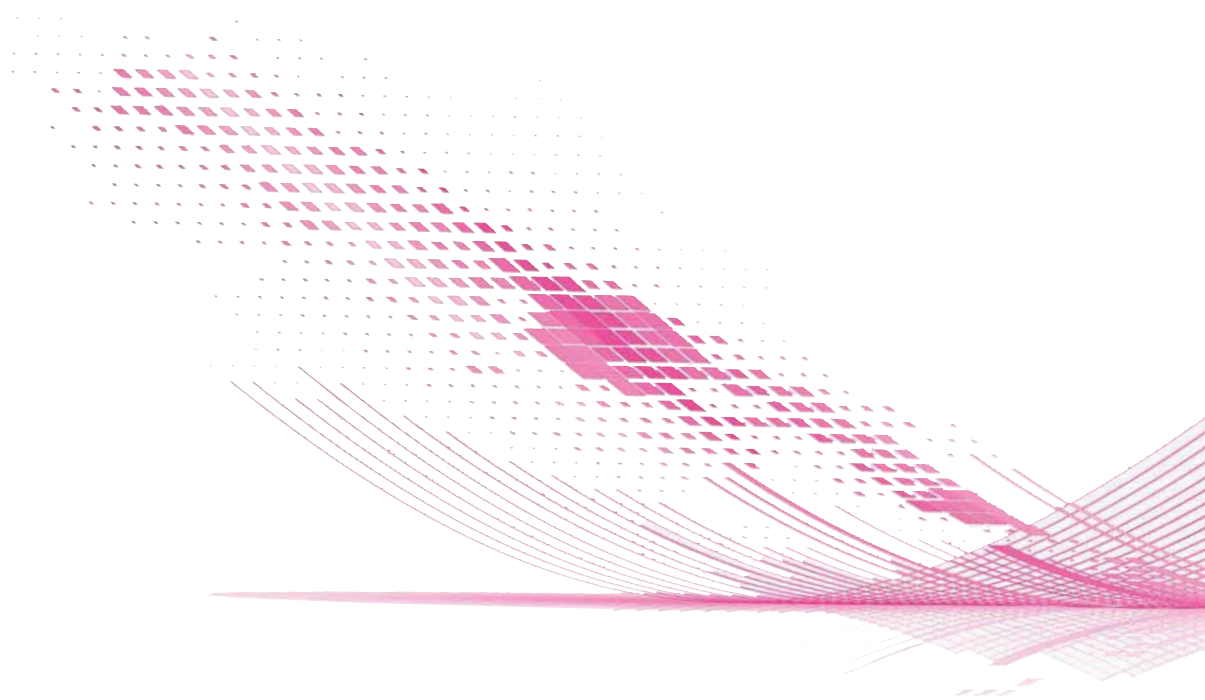


データで読み解く スマホ・ケータイ 利用トレンド 2016-2017

ケータイ社会白書

株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所 編



中央経済社

主なポイント

第1章 スマホ・ケータイの所有・利用状況

- スマートフォン所有率は59.8%, 中高年層にも普及が拡大。
- MVNOサービスの利用率は7.7%。
- Appleがメーカーシェアトップ。LTE, Wi-Fi利用が拡大傾向。
- 端末所有はケータイが4年半, スマートフォンは1年半。端末価格・通信料金重視で買い替え。
- 月額利用料金総額は約5,140円, 通話料金は約1,740円, パケット料金は約2,740円, コンテンツ課金は約230円。
- 家族や友人・知人と同じ携事業者利用傾向が顕著。またMVNOサービスも配偶者・子どもと同じ事業者を利用する傾向が高い。
- スマホ・ケータイを「常を持って外出」する割合は平日・休日ともに9割強。
- 無線LAN (Wi-Fi) は, 宿泊施設, 職場・学校での利用が高いがコンビニ, 飲食店などでの利用率は低い。

第2章 スマホ・ケータイコミュニケーション

- 利用率は通話, メールが高く, 利用時間・頻度はソーシャルメディアが多い。
- 家族・親戚では通話のほうが多く, 友人・恋人では文字メッセージのほうが多い傾向。
- 動画共有サイト, 知識共有サイトでは閲覧のみの利用率が高い。
- ミニブログは世間の話題把握, SNSは知人の状況把握に利用。
- Twitterのフォロワーは, 直接面識のある友人の割合が低い。
- LINEはスマホ・ケータイ, Facebookはパソコン, Twitterはスマホ・ケータイとパソコン双方からアクセス。

第3章 コンテンツとメディア

- コンテンツ・アプリケーション, ネットショッピングともに, スマホ・ケータイよりパソコンでの利用率が高い。
- スマホ・ケータイによるネットショッピングやオークションの利用率は年々増加する傾向。
- ストレージサービスは自端末のバックアップなど, 個人用途での利用率が高い。
- YouTubeの認知度・利用度は他動画サービスを圧倒。
- 端末別の動画利用率, 1日当たりの平均視聴時間ともにテレビ番組の視聴がトップ。
- ワンセグ・フルセグはスマホ・ケータイによる利用が, ラジオはパソコンによる利用が多い。
- 音声入力サービスを知っている人は47.5%, 月1回以上利用している人は14.6%。
- 認知度・利用度ともに音声通話定額プラン, スマホ・ケータイとインターネット回線のセット割が高い。MVNO関連サービスの認知度・利用度は未だ低い。
- フィルタリングサービスの利用率は12.0%, 男性は女性よりも利用率が高い。
- 子育て世代における家族でのフィルタリングサービス利用率は18.6%, 2014年をピークに利用率は減少傾向。
- 東日本震災後から5年を経過し, 非常時の連絡手段への備えが低下傾向に。家族と事前に決めている連絡手段は災害

主なポイント

第4章 子どものスマホ・ケータイ利用

- スマホ・ケータイを利用している子どもの15.4%は「8歳以下」から使い始めており、その割合は5年前と比べると倍増している。
- 利用者の6割はスマートフォンを利用。スマホ利用率は年齢とともに上昇し、「13歳」で過半数を超える。
- 子どもの約4人に1人は、家庭でタブレット端末を利用。経年でもタブレット端末の利用率は増加傾向にある。
- 子どものスマホ・ケータイ利用は「電話」「メール」から「インターネット」へと変化。インターネット利用者のほぼ4割が「1日1時間以上」利用している。
- 約6割がSNSを利用、LINEが圧倒的な人気を博す。
- インターネット接続手段としてスマホ・ケータイが急伸、自宅のパソコンに肉薄する勢い。
- 家庭内ルールを決めている家庭は67.5%。
- ルールの内容は「料金」から「利用時間」や「利用場所」といった使い方へと変容。
- スマートフォンやケータイを子どもに使わせていない保護者は、使わせている保護者よりも不安感が強く、特に「料金」に関する懸念の差が目立つ。
- 子どものプライバシーに対する懸念は年々上昇。一方、SNSで自分のプロフィールを誰でも見られる状態にしている子どもは減少。

第5章 シニアの生活実態とICT利用

- ICT端末のいずれかを所有しているシニアは90.1%。
- スマホを所有しているシニアは29.3%。60代前半での所有は半数を超える。
- 「ケータイとパソコン」もしくは「ケータイのみ」を所有しているが約6割。
- 連絡手段の主流は、60代がスマホ・ケータイ、70代が固定電話。
- ICT端末を利用することで、人の交流が密になると答えた人は4割を超え、とりわけスマホを利用しているシニアはさらに高い。
- メールや情報検索を利用しているシニアは半数を超える。
- スマホ・ケータイを所有しながら、ICTサービスを利用していない(音声通話中心)は18.0%。
- 現状利用者数が少数の「健康アドバイス」「安否確認」「ホームサービス」、使ってみたいはいずれも4割を超える。
- 仕事の雇用形態によって、ICTサービスに差が生じる。社員はパソコン、スマホの利用率が高い。
- インドア派の趣味を持っている人は、パソコンの利用率が高い。
- 地域活動・カルチャースクール・人との交流に積極的な人は、ICT端末の利用が高い。
- 買い物で通信販売を利用している人は、パソコンの利用率が高い。

第6章 ケータイをめぐる法制度概説

- 携帯電話事業者には、競争促進や利用者保護目的の規制が課されている。
- 最近では、消費者から携帯電話サービスがわかりにくい等の意見があり、初期契約解除ルール制度の導入など、電気通信事業法の改正が行われた。
- スマートフォンの利用拡大で、情報の発信・閲覧が容易となる一方で、違法情報や有害情報の流通が問題となっている。
- 最近では、従来の法律では対処できない、児童ポルノ、フィッシング詐欺等のサイバー犯罪への対策が可能となる立法も行われた。
- 携帯電話事業者をはじめとする事業者は、さまざまな個人情報を取り扱っており、どのように保護と利活用のバランスを図るかは重要な課題となっている。それとともに、通信事業者として通信の秘密も取り扱っており、さらなる慎重さも求められている。

目 次

巻頭言 ビッグデータ・人工知能・IoTが拓くモバイル社会のフロンティア 5

2015～2016年のスマホ・ケータイ社会トレンド総括 13

第1章 スマホ・ケータイの所有・利用状況 23

- 第1節 所有・契約状況
——誰がどんなケータイをどのように使っているか／24
- 第2節 料 金
——どれくらい支払っているか／41
- 第3節 通信回線
——家／屋外では何とつながっているか／47

コラム① アジア諸国で拡大するWi-Fi
——スマホ・ケータイ海外事情(1) 56

第2章 スマホ・ケータイコミュニケーション 59

- 第1節 通信手段・機器
——誰と何でつながっているか／60
- 第2節 使用ツール
——SNSはどれだけ使われているか／67

コラム②	スマホの登場で人間関係はどのように変わったか ——経年分析による検証	80
------	---------------------------------------	----

第3章 コンテンツとメディア 87

- 第1節 楽しむ
——どんなサービスで楽しんでいるか／88
- 第2節 便利
——よく使われるサービスは／99
- 第3節 安心・安全・セキュリティ・災害時の備えは／104

コラム③	モバイルで動画はどのように視聴されているのか ——動画の視聴をきっかけとした行動より考える	112
------	--	-----

第4章 子どものスマホ・ケータイ利用 123

- 第1節 モバイル端末の概況
——スマホ・ケータイ・タブレットの利用状況と通信料金
／124
- 第2節 スマホ・ケータイ利用の実態
——子どもたちのスマホ・ケータイ利用の変化／133
- 第3節 スマホ・ケータイ利用における安心・安全
——ルールと保護者の考え／145

コラム④	米国でも問題になっている「歩きスマホ」 ——スマホ・ケータイ海外事情(2)	156
------	--	-----

第5章 シニアの生活実態とICT利用

159

- 第1節 ICT端末所有概況
——シニアのスマホ・ケータイ・パソコンの普及状況は／160
- 第2節 コミュニケーション
——誰と何でつながっているか、
スマホがもたらした人との関わり方への影響は／164
- 第3節 サービス利用と意向
——今シニアはICTでどんなサービスを利用し、
どんなサービスを使いたいのか／169
- 第4節 シニアの生活の実態とICT利用
——生活（仕事・趣味・日々の活動・買い物）の違いで
ICT利用に差は生じているのか／173

コラム⑤

シニアの生活を豊かにするためのスマホ・ケータイの活用 欧州における試み
——スマホ・ケータイ海外事情⁽³⁾

188

第6章 ケータイをめぐる法制度概説

191

- 第1節 携帯電話事業者規制
——競争促進と利用者保護／192
- 第2節 違法・有害情報
——スマートフォンの利用拡大と違法・有害情報の流通／199

コラム⑥

最近の著作権法改正

208

- 第3節 個人情報保護・利用促進
——情報の保護と利活用のバランス／210

補章  本書におけるオリジナル調査概要

225

図表リスト／233

付録  ケータイ社会年表

239

索引／257

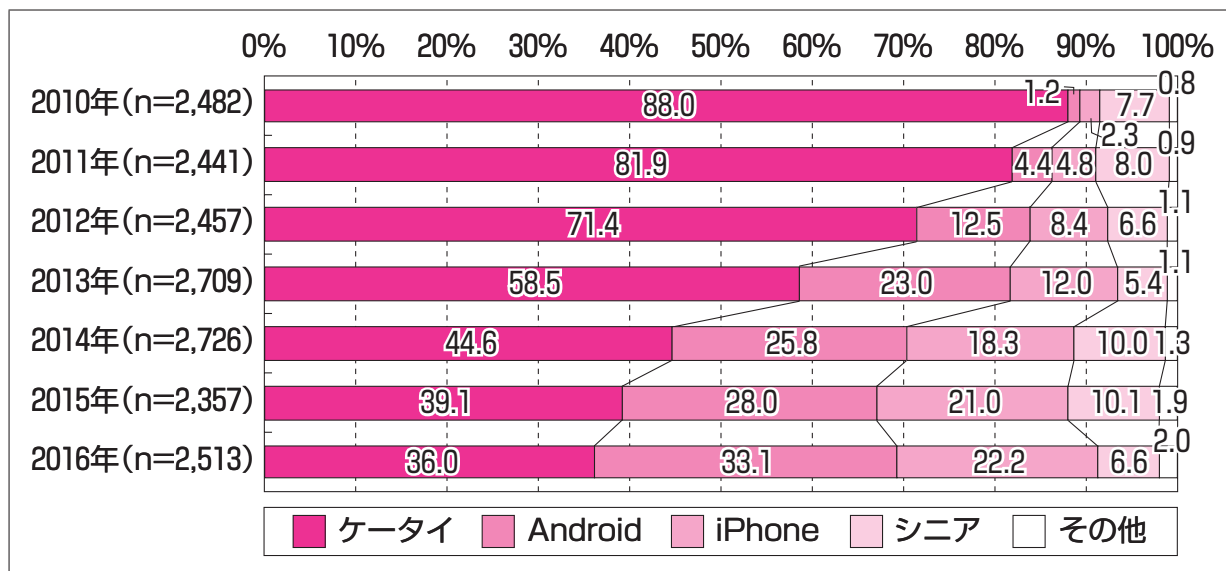
■注意事項

- (1)本書に記載したすべての会社名、商品名、ブランド名は、各社の商標または登録商標です。
- (2)本書の内容に関する電話でのお問い合わせは一切受け付けておりません。
- (3)本書に記載した内容、掲載した参考URLなどで注記のないものは、2016年3月9日現在のものです。

第1章 スマホ・ケータイの所有・利用状況

資料1-1 最もよく利用するスマホ・ケータイ（1台）の種類（SA）

◆全体



注1：スマホ・ケータイ所有者が回答。

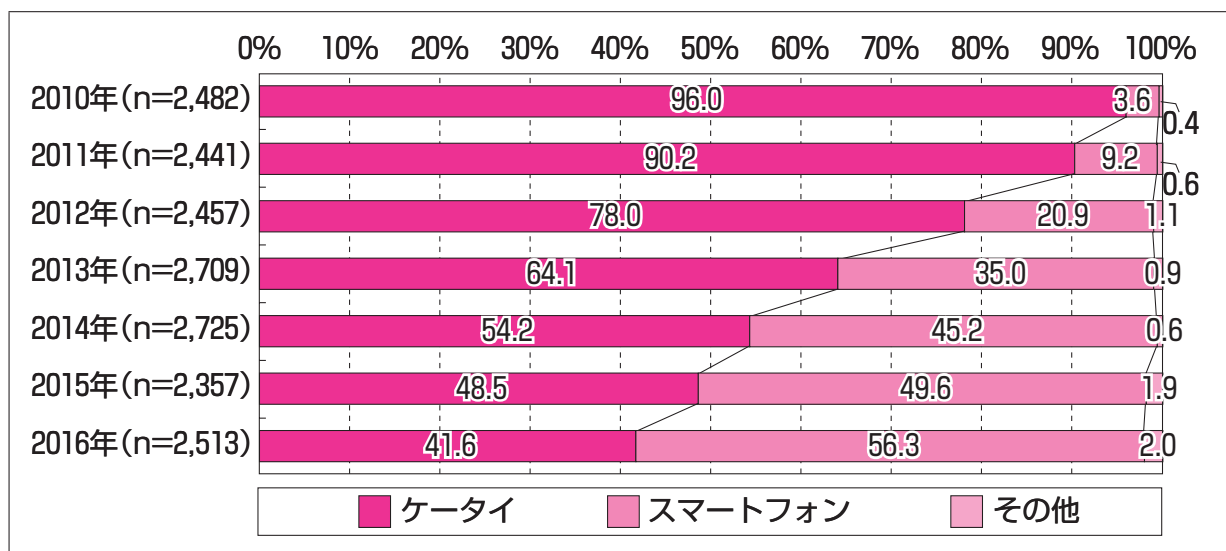
注2：「ケータイ」はシニア向け、子ども向けを除く。

注3：「子ども向け携帯電話（キッズケータイ等）」は「その他」に含める。

注4：「わからない」を除く。

出所：2010年-2016年一般向けモバイル動向調査

◆機種別



注1：スマホ・ケータイ所有者が回答。

注2：「スマートフォン」は回線契約ありのタブレットを含む。

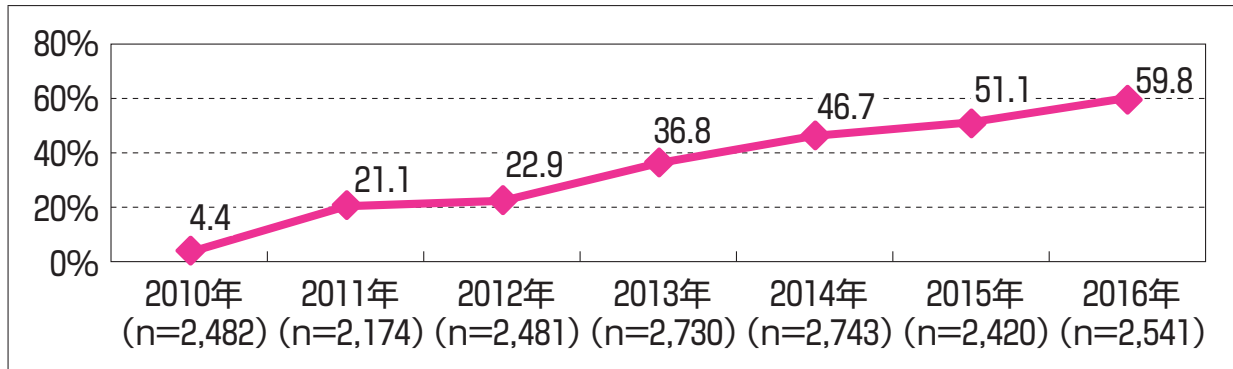
注3：「子ども向け携帯電話（キッズケータイ等）」は「その他」に含める。

注4：「わからない」を除く。

出所：2010-2016年一般向けモバイル動向調査

資料1-3 2台目まで含めたスマートフォン所有率（SA，性・年代別）

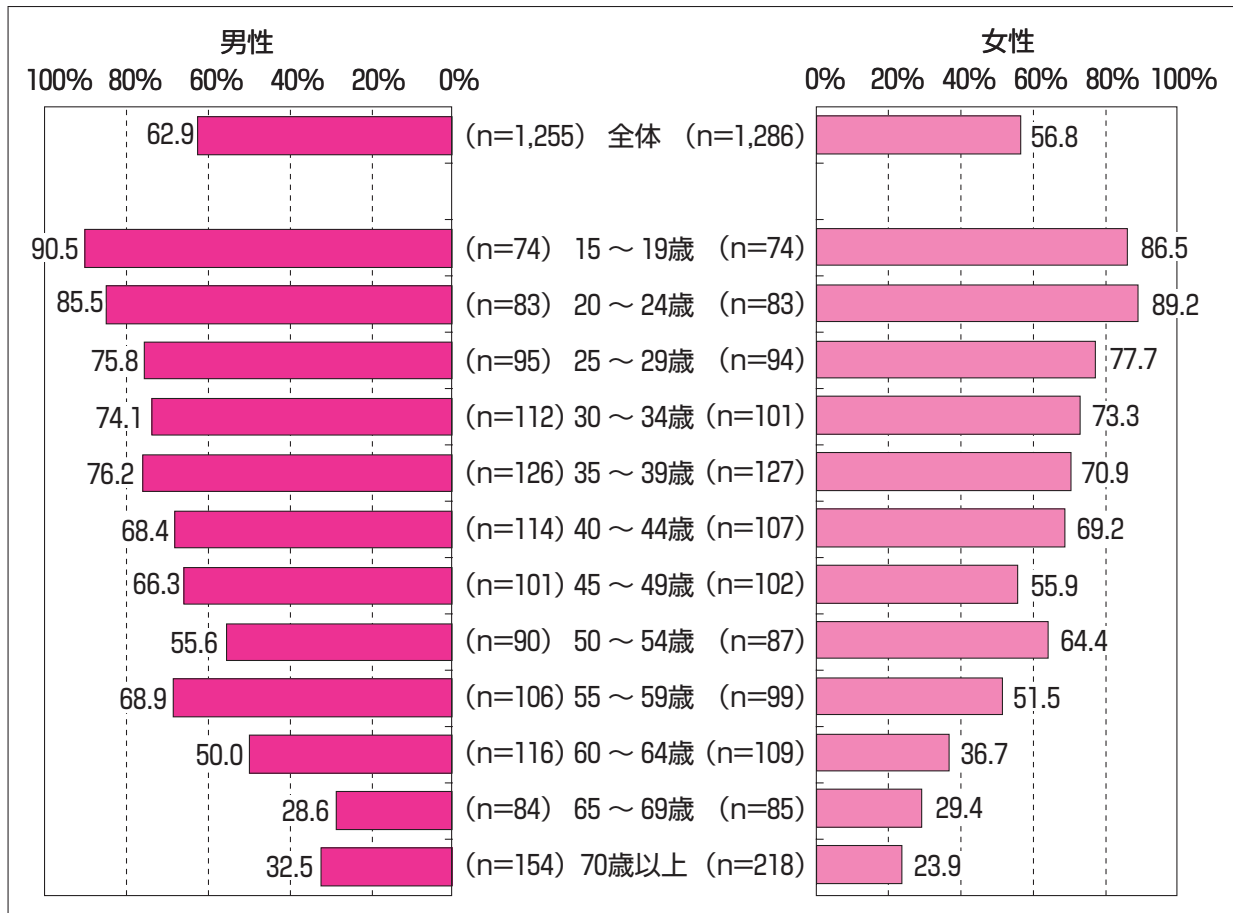
◆スマートフォン所有率/全体



注：スマホ・ケータイ所有者が回答。

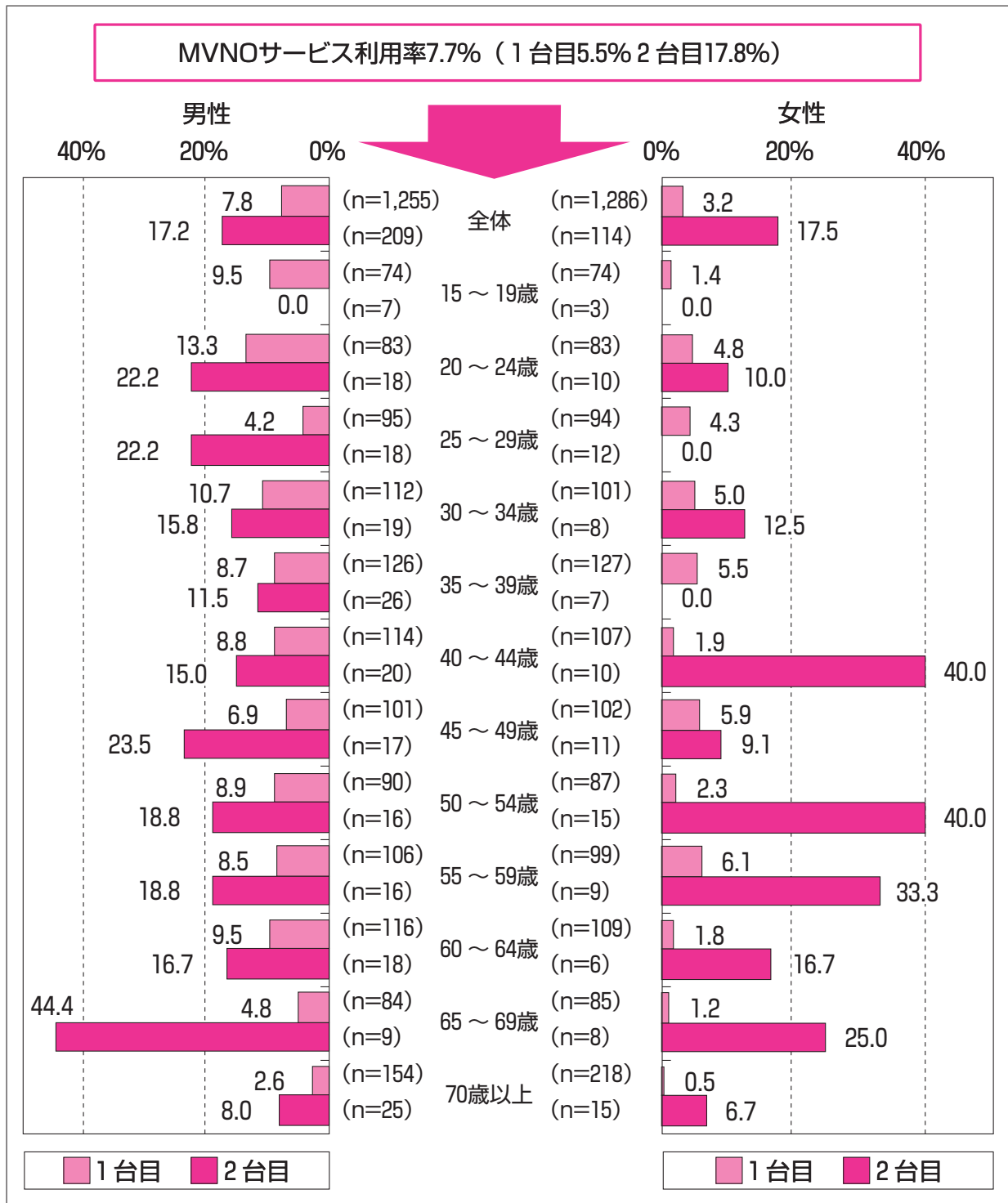
出所：2010年-2016年一般向けモバイル動向調査

◆スマートフォン所有率/性年代別



注：スマホ・ケータイ所有者が回答。

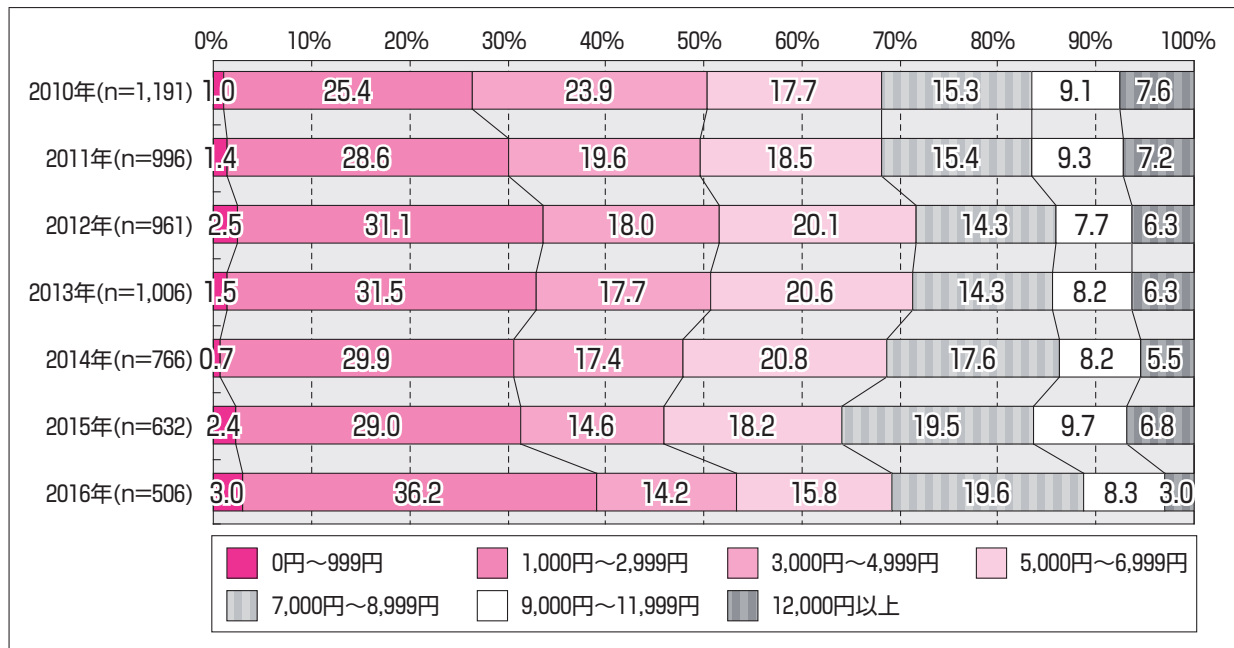
出所：2016年一般向けモバイル動向調査



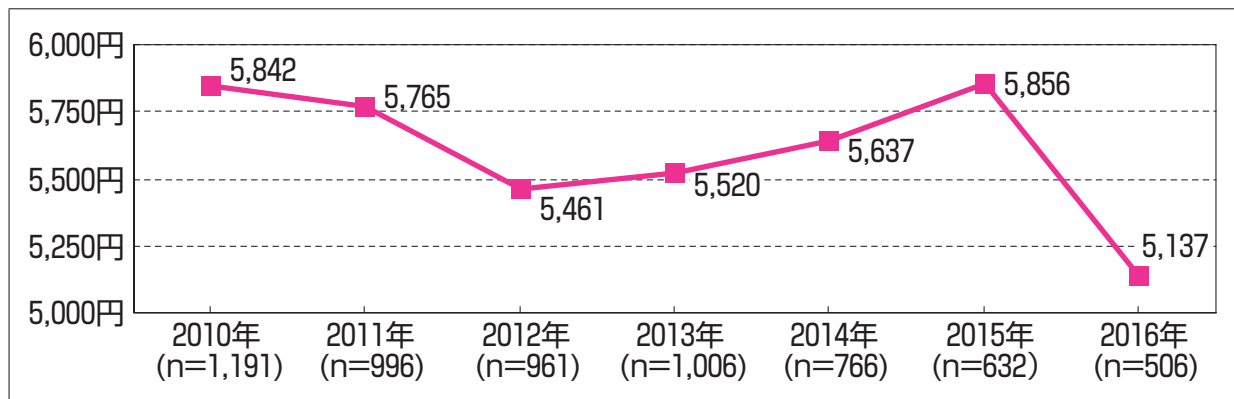
注：スマホ・ケータイ所有者が回答。

出所：2016年一般向けモバイル動向調査

◆比率



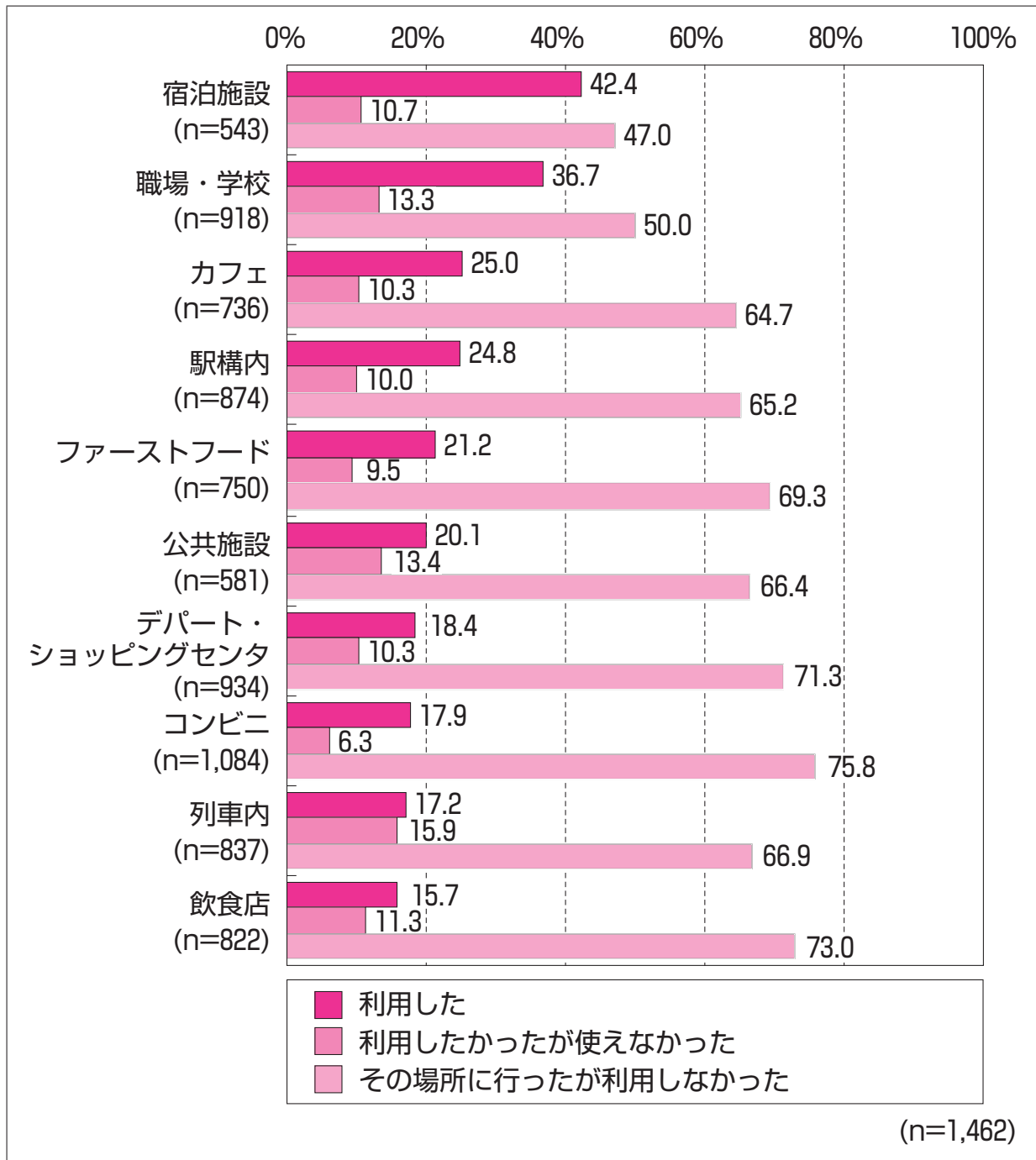
◆平均額



注1：スマホ・ケータイ所有者が回答（利用料金明細書を見て記入）。「わからない」とした回答者を除く。

注2：平均値は、「12,000円以上」を15,000円。他は中間値で加重平均したもの。

出所：2010年-2016年一般向けモバイル動向調査



注1：スマートフォンユーザーのみ。

注2：その場所に行っていないを除く。

出所：2016年一般向けモバイル動向調査

第2章 スマホ・ケータイコミュニケーション

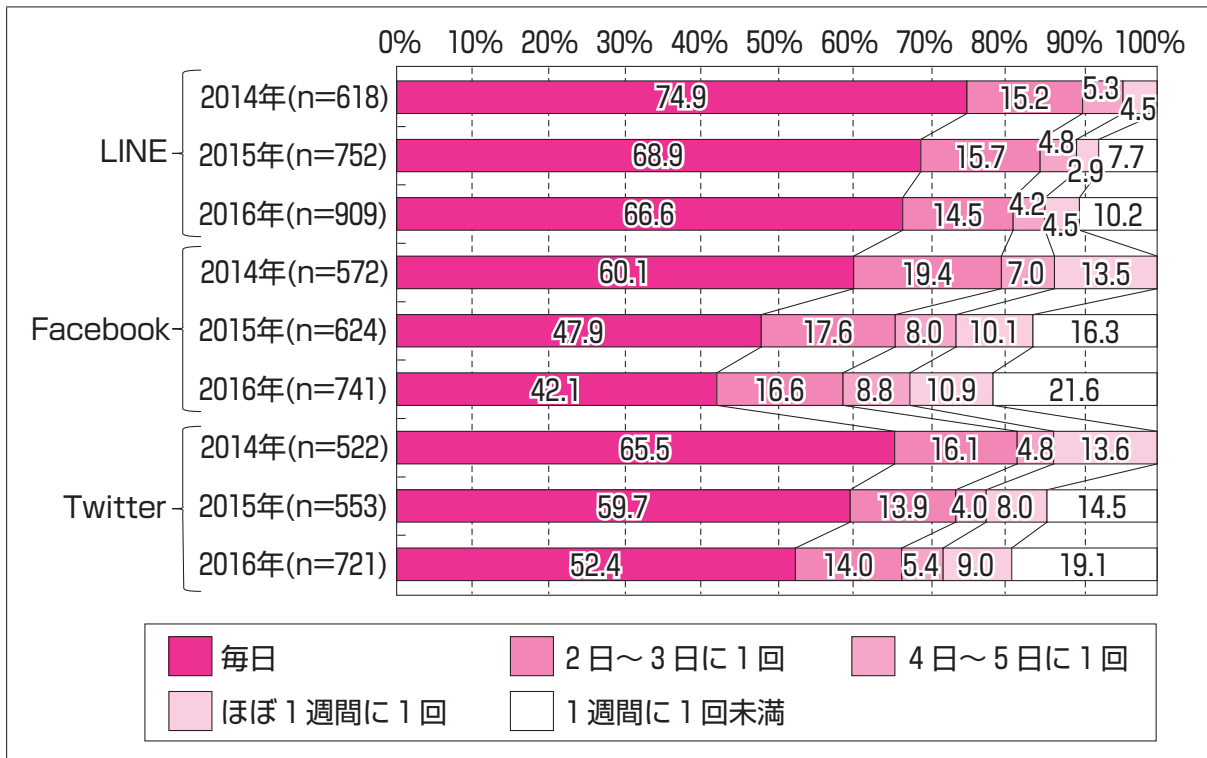
資料2-5 大事な連絡/日常会話に最も多く使用する手段 (SA, 相手別) (%)

		n	家の電話	スマホ・ケータイ, LINE, Skypeなどでの通話	パソコンメール	スマホ・ケータイメール	LINEのメッセージ	LINE以外のソーシャルメディアでのメッセージ	手紙	直接会って伝える
大事な連絡	同居の家族	2,013	20.5	16.9	1.5	9.8	6.6	0.4	0.0	44.1
	別居の家族・親族	1,965	34.3	24.9	4.3	15.6	7.7	0.7	0.5	11.9
	友人	2,114	17.2	21.0	8.1	23.6	17.0	2.0	0.7	10.5
	恋人	481	13.7	20.8	5.8	15.8	21.6	2.1	0.8	19.3
	仕事関係	1,342	21.8	21.4	14.5	12.9	6.2	1.4	0.4	21.3
日常会話	同居の家族	1,961	12.8	12.2	1.5	13.9	10.6	1.3	0.1	47.6
	別居の家族・親族	1,916	26.3	21.7	4.3	22.4	11.7	1.1	0.9	11.6
	友人	2,082	13.1	18.4	6.9	25.7	21.5	2.8	0.7	10.9
	恋人	491	10.4	16.7	6.5	17.5	28.9	3.7	0.6	15.7
	仕事関係	1,238	15.9	18.0	12.7	17.1	9.5	1.8	0.5	24.6

注：スマホ・ケータイ利用者のうち各対象者がいる人が回答。

出所：2016年一般向けモバイル動向調査

資料2-14 3大ソーシャルメディアの利用頻度 (SA)



注：スマホ・ケータイ利用者のうち、各ソーシャルメディアを利用する人が回答。2014年には「1週間に1回未満」の選択肢は設定されていない。

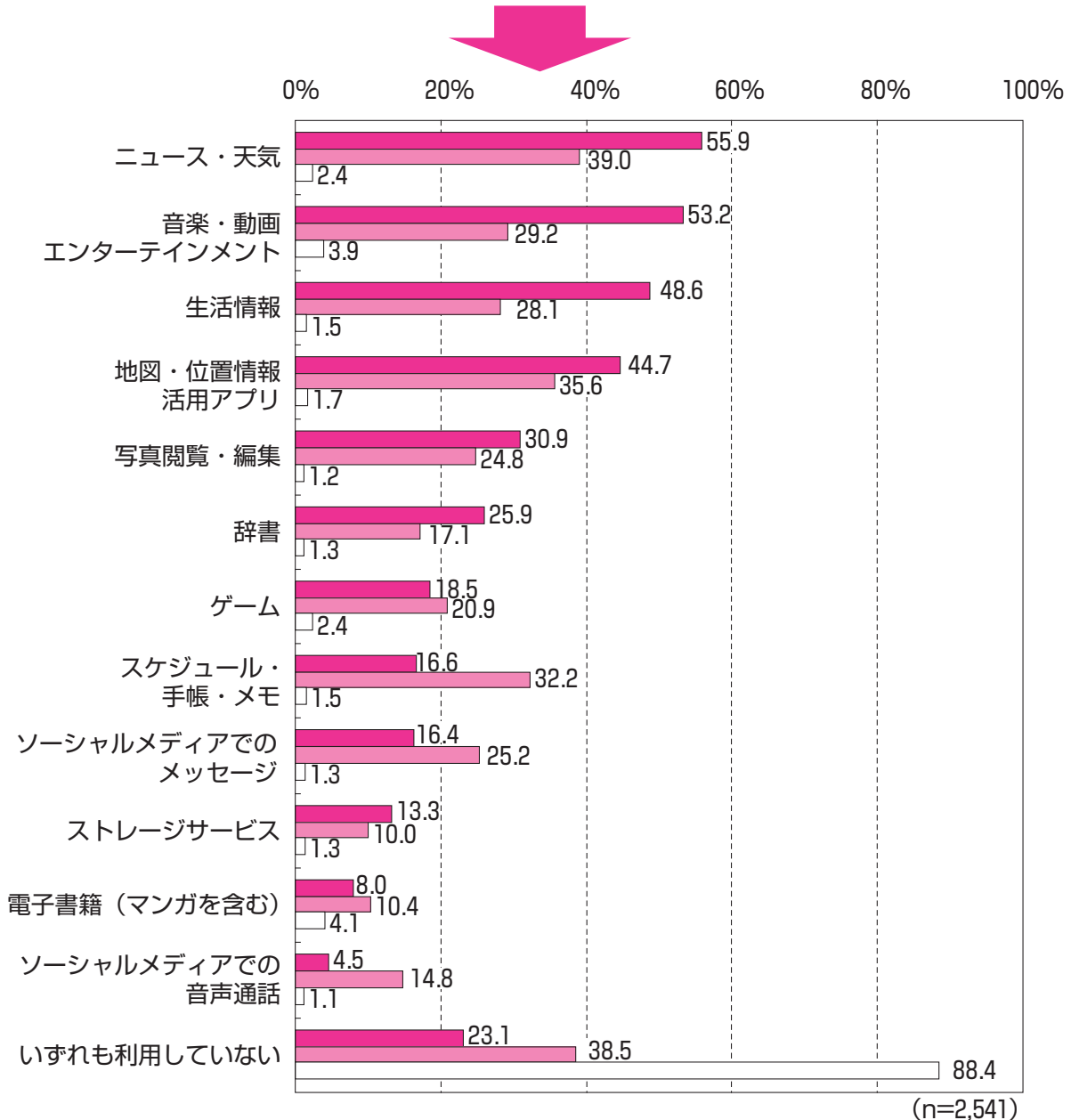
出所：2014年-2016年一般向けモバイル動向調査

第3章 コンテンツとメディア

資料3-1 端末別利用コンテンツ・アプリケーション (MA)

【利用率】

パソコンで月1回以上利用 : 76.9%
 スマホ・ケータイ (タブレット含む) で月1回以上利用 : 61.5%
 スマホ・ケータイ (タブレット含む) で有料利用 : 11.6%



パソコンで月1回以上利用
 スマホ・ケータイ (タブレット含む) で月1回以上利用
 スマホ・ケータイ (タブレット含む) で有料で利用

注1 : スマホ・ケータイ利用者が回答。
 注2 : 利用率…100.0% - いずれも利用していない率。
 出所 : 2016年一般向けモバイル動向調査

資料3-4 ネットショッピングで直近に購入したもの (MA)

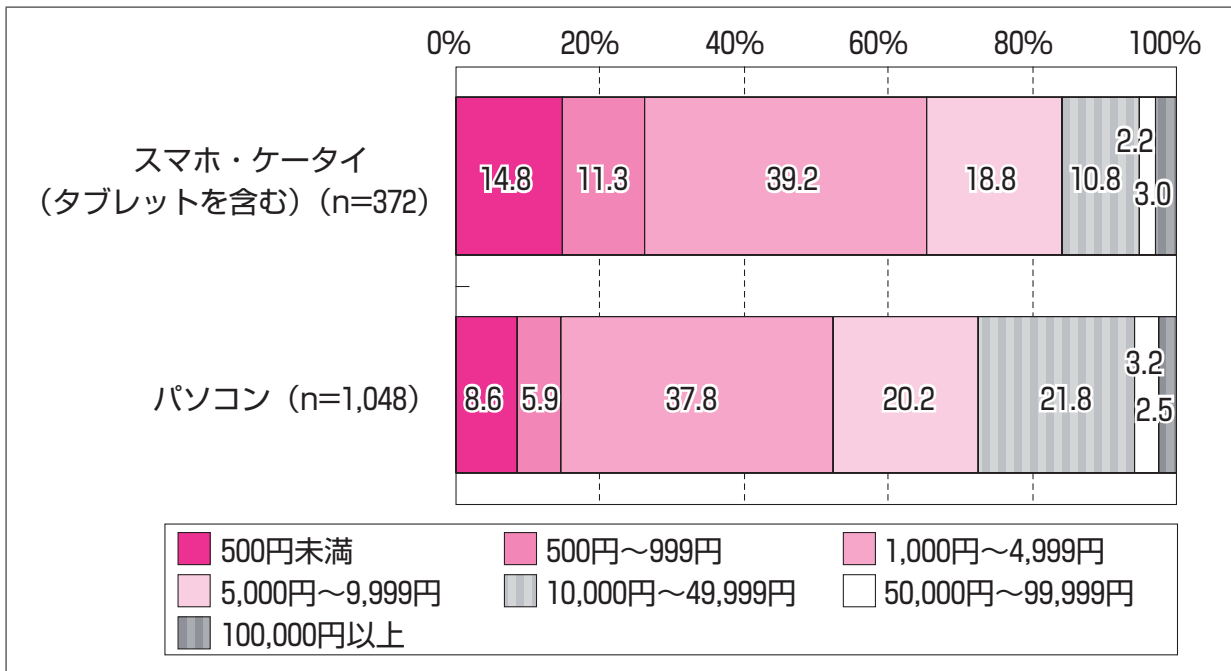
(%)

	2014年		2015年		2016年	
	ケータイ・スマホ	パソコン	ケータイ・スマホ	パソコン	ケータイ・スマホ	パソコン
n	551	1,645	529	1,450	664	1,709
洋服類	22.1	21.7	24.2	20.5	19.4	19.5
かばん・小物類, くつ類, アクセサリー・宝石・時計	15.8	14.0	15.7	16.5	13.1	16.1
健康食品, 一般食品	13.2	26.7	14.9	23.8	16.3	26.3
化粧品	12.5	14.7	11.0	15.9	12.3	16.1
CD・DVD	15.2	15.3	13.6	17.0	15.1	16.9
音楽・映像・デザイン画像のネット配信	6.2	4.6	5.9	5.4	6.3	6.8
ゲームソフト・玩具	7.3	9.2	10.0	8.6	8.0	8.7
ゲーム内アイテム・アバター・スタンプなど	5.4	1.8	5.9	2.2	4.5	1.8
書籍 (電子書籍を除く)	11.4	19.8	13.0	19.9	11.7	19.8
電子書籍	4.9	3.3	5.9	5.0	9.5	5.6
チケット, 商品券, プリペイドカード, 切符・レンタカーや宿泊の予約など	10.2	11.8	10.4	12.4	11.0	15.6
保険商品	—	—	2.3	3.9	2.3	5.2
家電, 自動車関連商品	6.0	13.7	7.4	15.7	7.7	14.9
パソコン, 携帯電話関連用品	7.6	15.3	9.1	15.3	9.5	17.4
その他	3.1	6.1	1.9	5.4	2.0	3.1
直近1週間では購入していない	40.7	31.7	41.8	33.4	41.0	35.8

注：スマホ・ケータイ利用者が回答。

出所：2014年-2016年一般向けモバイル動向調査

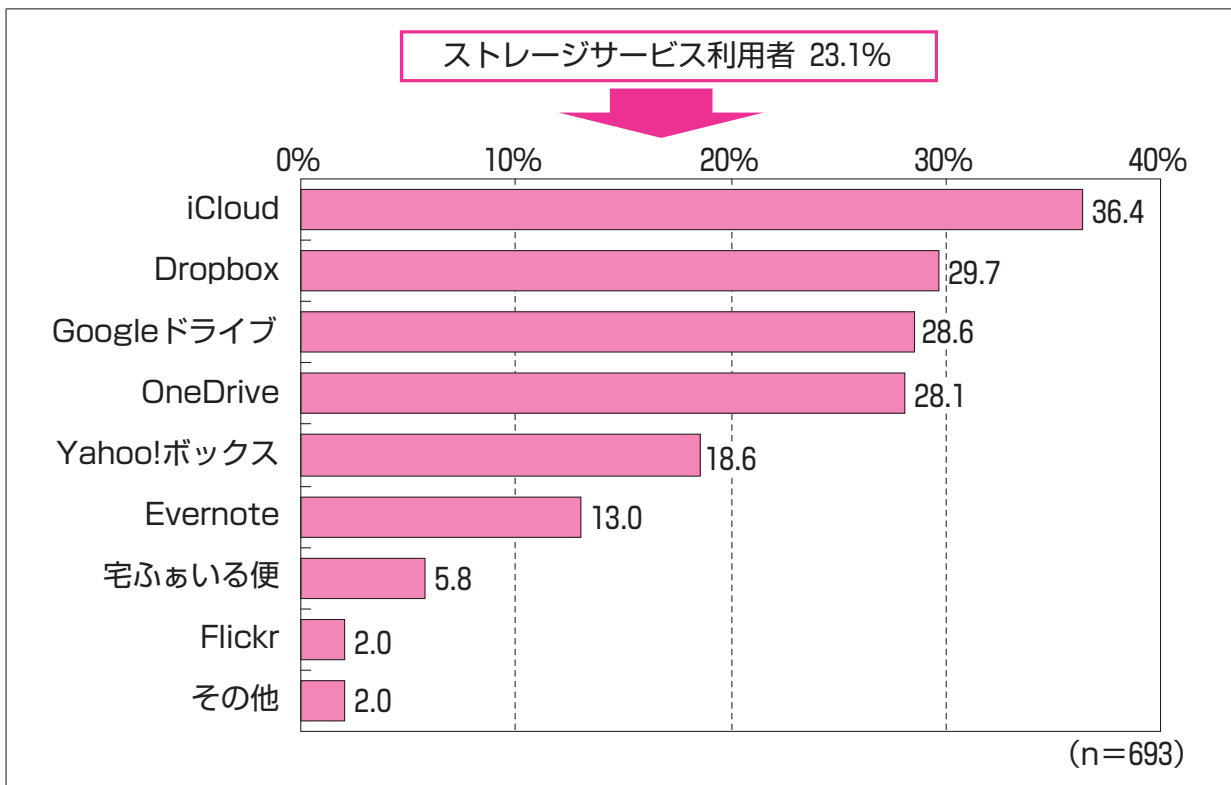
資料3-5 直近のネットショッピングの購入総額 (SA)



注：スマホ・ケータイ利用者のうち、過去1週間の間にスマホ・ケータイやパソコンでネットショッピングをした人が回答。

出所：2016年一般向けモバイル動向調査

資料3-6 ストレージサービス別利用率 (MA)



注：全回答者のうち、ストレージサービス利用者が回答。

出所：2016年一般向けモバイル動向調査

資料3-8 動画サービスの認知率・利用率 (MA)

(%)

	知っている	月1回以上利用	過去利用していたが現在は利用していない	加入しているが解約するつもり	今後利用してみたい (継続利用したい)
n	3,000	2,541	2,541	2,541	2,541
YouTube	88.0	61.3	3.0	0.5	27.2
ニコニコ動画	73.0	18.5	10.5	0.3	11.3
Netflix	14.5	0.9	0.7	0.2	2.6
Hulu	42.4	1.6	3.6	0.3	3.2
NOTTV	29.5	0.4	1.5	0.1	1.3
docomo dTV	29.0	1.4	2.2	0.2	1.7
docomo dアニメストア	18.7	0.6	1.1	0.2	1.1
auビデオパス	17.8	0.4	0.8	0.1	1.0
ソフトバンクUULA	9.7	0.3	0.7	0.1	1.0
TSUTAYA TV	24.3	0.4	0.7	0.2	1.1
Google Play ムービー& TV	13.0	0.5	0.4	0.1	1.2
GYAO!	39.5	7.5	5.0	0.3	4.4
Amazonプライム・ビデオ, インスタント・ビデオ	21.3	2.5	0.6	0.2	3.5
楽天SHOWTIME	15.4	0.8	1.6	0.2	1.2
テレビ局のオンデマンドサービス (NHK, 民放各局)	28.3	2.7	1.9	0.3	3.9
Ustream	19.1	1.5	2.7	0.1	2.0
その他	0.3	0.2	0.0	0.1	0.1
該当するものはない	11.1	35.5	76.0	97.3	66.6

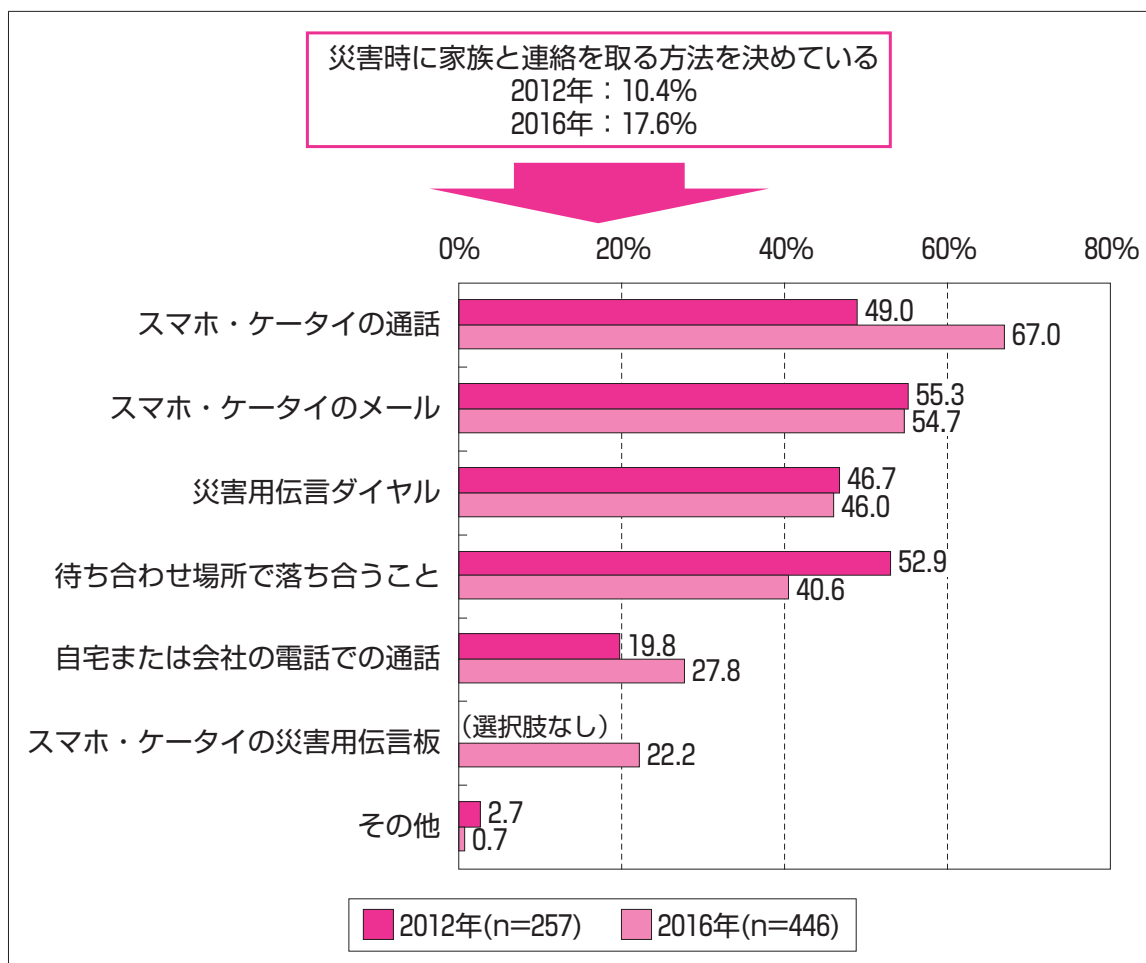
注1: 「知っている」…全員が回答。

注2: 「月1回以上利用している」「過去利用していたが現在は利用していない」「加入しているが解約するつもり」「今後利用してみたい (継続利用したい)」…スマホ・ケータイ利用者が回答。

注3: 動画サービス (縦軸) ごとに値の上位3つを着色している。

出所: 2016年一般向けモバイル動向調査

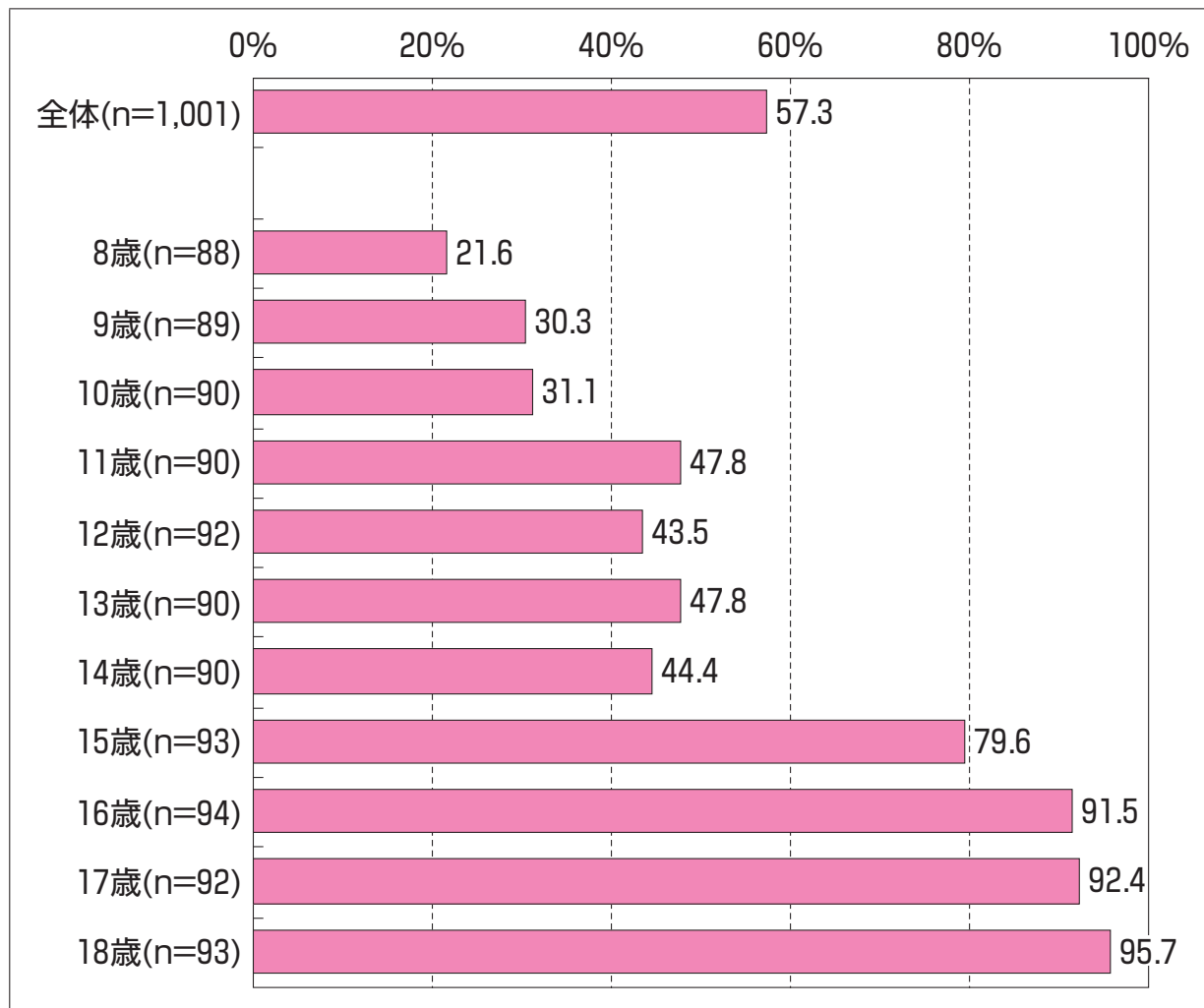
資料3-17 災害時の連絡手段として家族間で決めていること (MA)



注：スマホ・ケータイ利用者が回答。
出所：2012年，2016年一般向けモバイル動向調査

第4章 子どものスマホ・ケータイ利用

資料4-1 子どものスマホ・ケータイ利用率 (SA, 全体/年齢別)



出所：子どものケータイ利用に関する調査2015

資料4-3 スマホ・ケータイ利用のきっかけ (MA)

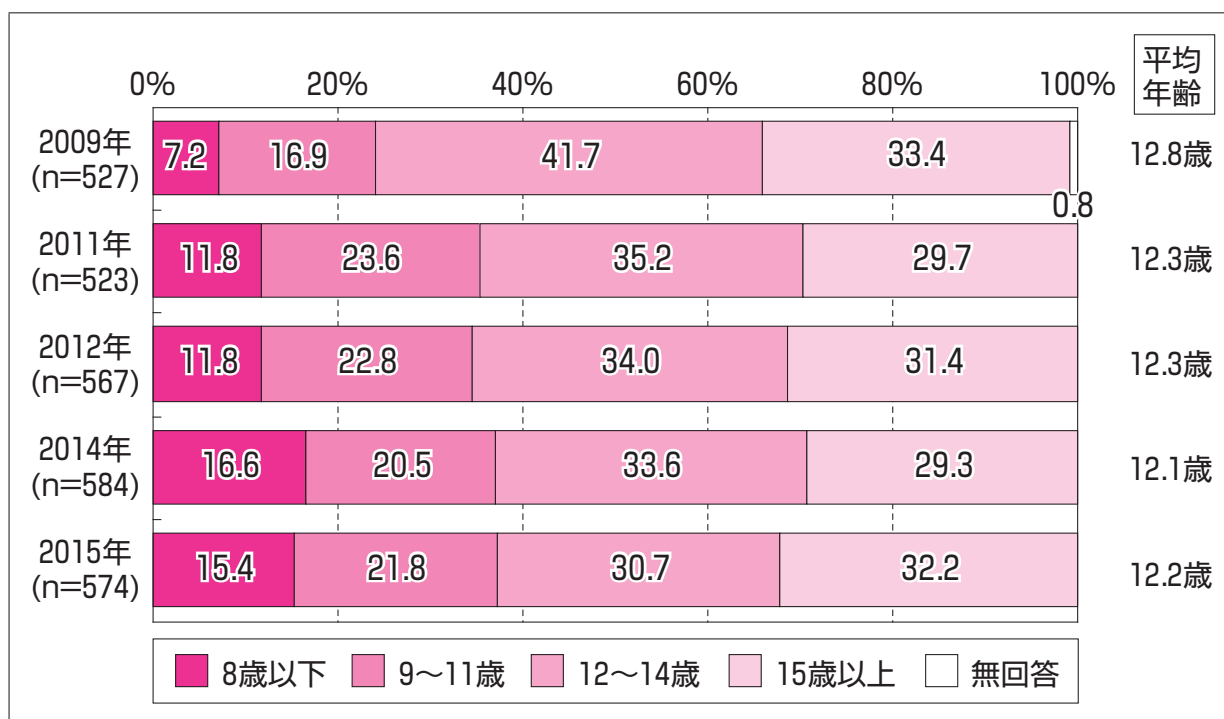
進学または進級したから	46.1%
緊急時や外出中に連絡を取る必要があったから	43.4%
普段の生活で子どもが父母または保護者と連絡を取る必要があったから	41.5%
子どもの友だちが持ち始めたから	16.2%
子どもの勉強や仕事に必要なになったから	4.3%
その他	3.2%

(n=557)

注：スマホ・ケータイを利用する子どもの保護者が回答。

出所：子どものケータイ利用に関する調査2015

資料4-4 スマホ・ケータイ利用者の使い始めた年齢 (SA, 経年別/平均年齢)



注：スマホ・ケータイ利用者が回答。

出所：子どものケータイ利用に関する調査2015

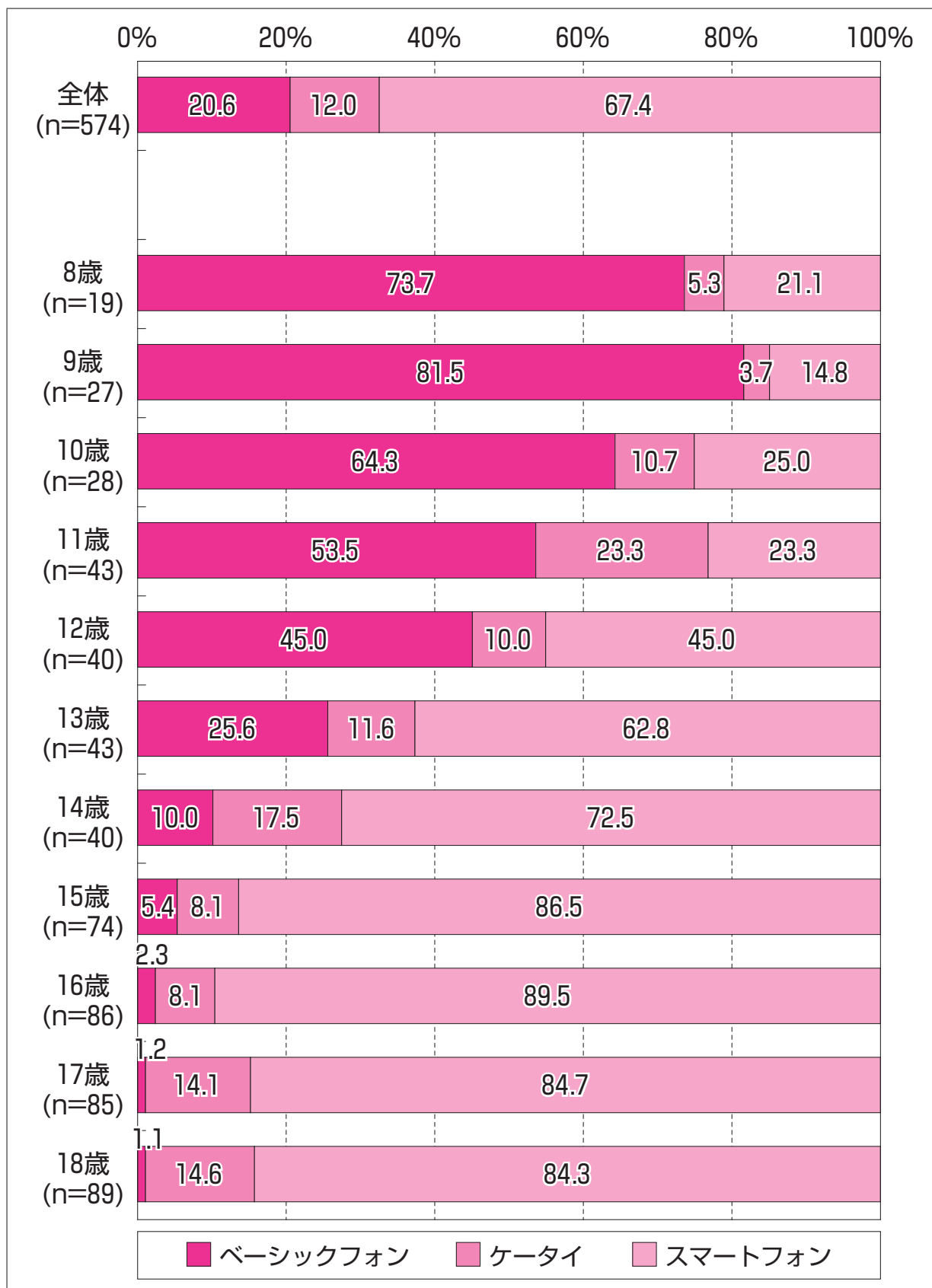
子どものケータイ利用に関する調査2014

子どものケータイ利用に関する調査2012

子どものケータイ利用に関する調査2011

子どものケータイ利用に関する調査2009

資料4-5 所有しているモバイル端末の種別（SA，全体/年齢別）



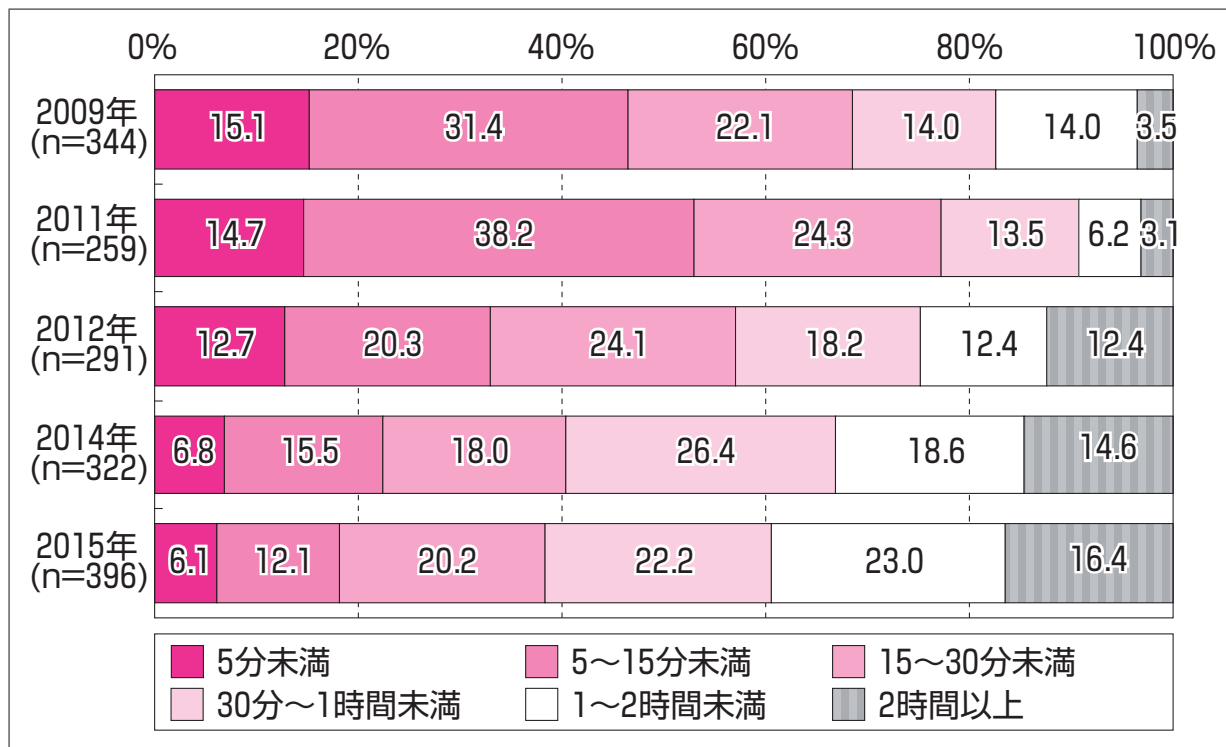
注1：スマホ・ケータイ利用者が回答。

注2：ベーシックフォンとは「電話とメールだけができる」ケータイと定義している。

出所：子どものケータイ利用に関する調査2015

資料4-15

1日当たりのインターネット利用時間（SA，経年別）



注：スマホ・ケータイ利用者が回答。

出所：子どものケータイ利用に関する調査2015

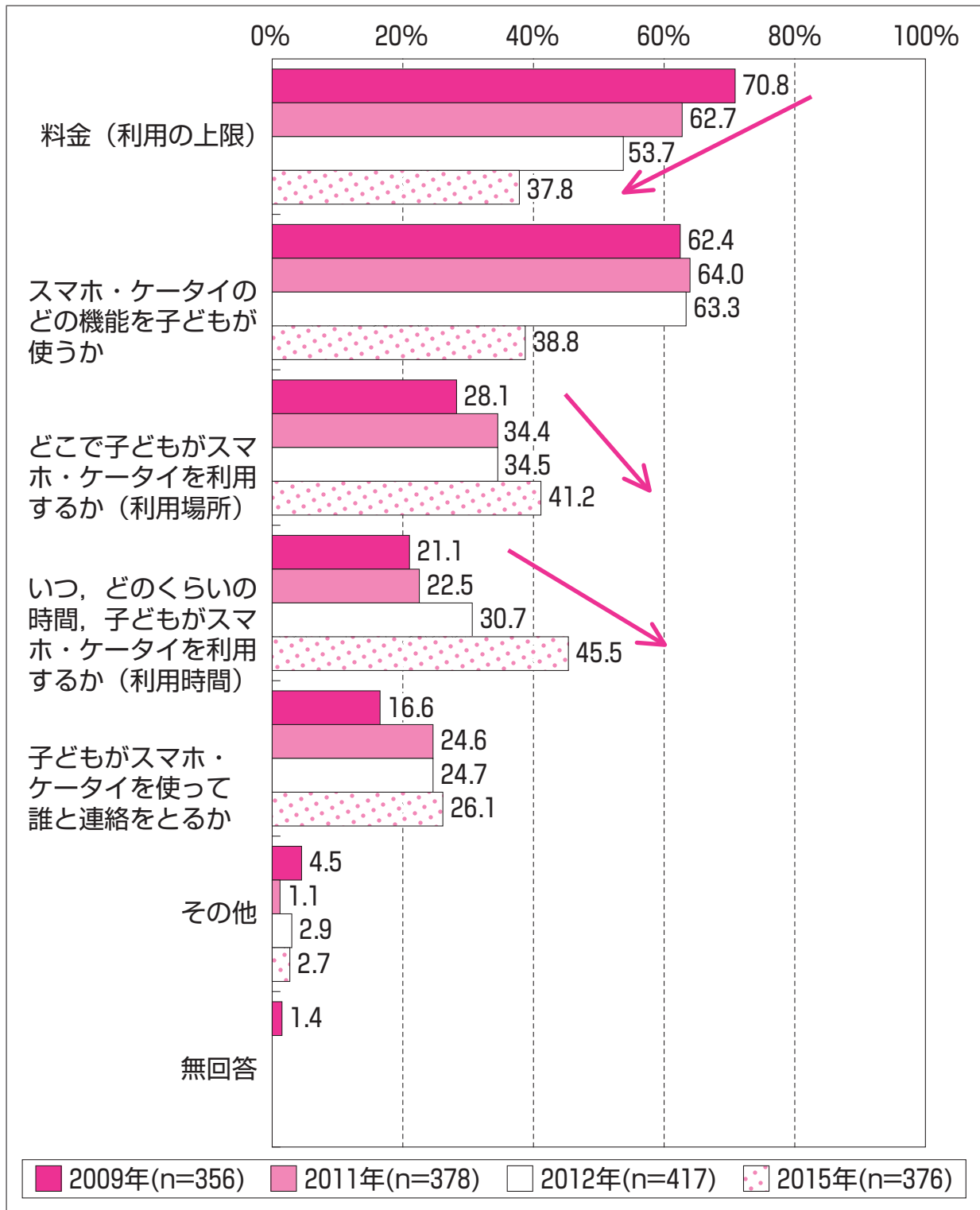
子どものケータイ利用に関する調査2014

子どものケータイ利用に関する調査2012

子どものケータイ利用に関する調査2011

子どものケータイ利用に関する調査2009

資料4-21 家庭内ルールの内容 (MA, 経年別)



注1：子どものスマホ・ケータイ利用にあたりルールを決めている保護者が回答。

注2：2014年は未調査。

出所：子どものケータイ利用に関する調査2015
 子どものケータイ利用に関する調査2012
 子どものケータイ利用に関する調査2011
 子どものケータイ利用に関する調査2009

第5章 シニアの生活実態とICT利用

資料5-6 60代 連絡を取る手段（3つまで）

(%)

	n	直接 会話	電話 (固定)	電話 (スマ ホ・ケータイ)	メール	SNS	その他	連絡を しない
近隣の人々	283	83.4	49.8	21.9	8.8	1.8	1.8	2.8
職場の仲間	193	37.8	20.2	61.1	37.3	4.7	1.0	2.1
友人	267	36.0	39.7	68.9	46.1	5.6	0.7	1.5
同居の家族・親戚	276	65.6	29.7	68.1	37.0	4.7	1.1	0.4
別居の家族・親戚	274	24.8	49.6	70.8	43.8	6.2	2.2	1.1

出所：シニアの生活実態調査

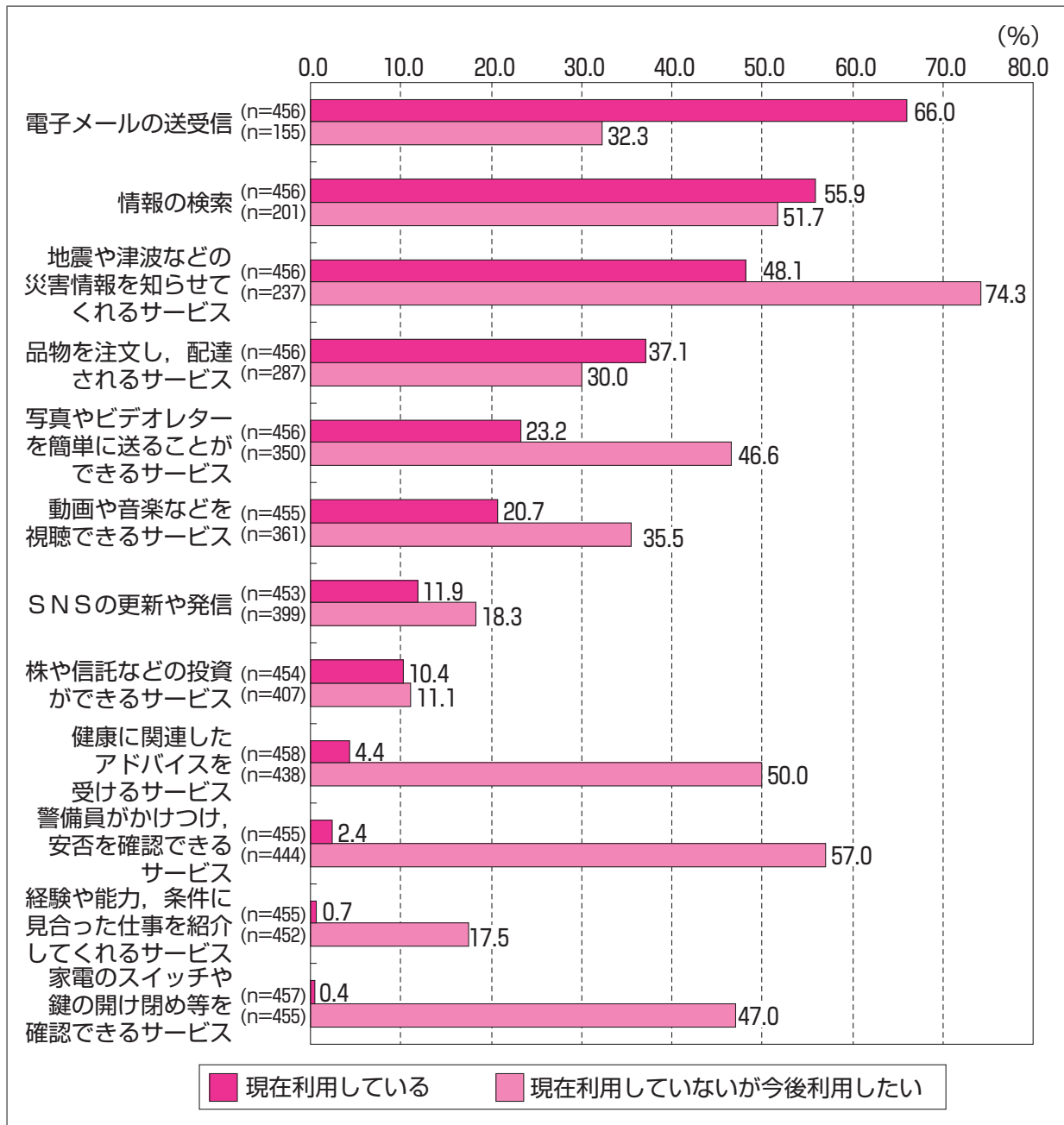
資料5-7 70代 連絡を取る手段（3つまで）

(%)

	n	直接 会話	電話 (固定)	電話 (スマ ホ・ケータイ)	メール	SNS	その他	連絡を しない
近隣の人々	235	83.4	53.6	16.6	6.8	0.0	0.4	2.1
職場の仲間	121	28.9	31.4	26.4	11.6	0.0	0.8	4.1
友人	211	38.4	58.8	51.7	28.4	2.4	0.5	3.3
同居の家族・親戚	228	68.4	44.3	46.1	18.9	0.9	0.9	0.0
別居の家族・親戚	229	24.9	70.7	55.0	27.5	2.2	0.9	0.9

出所：シニアの生活実態調査

資料5-12 ICTサービスの利用・意向 (SA)

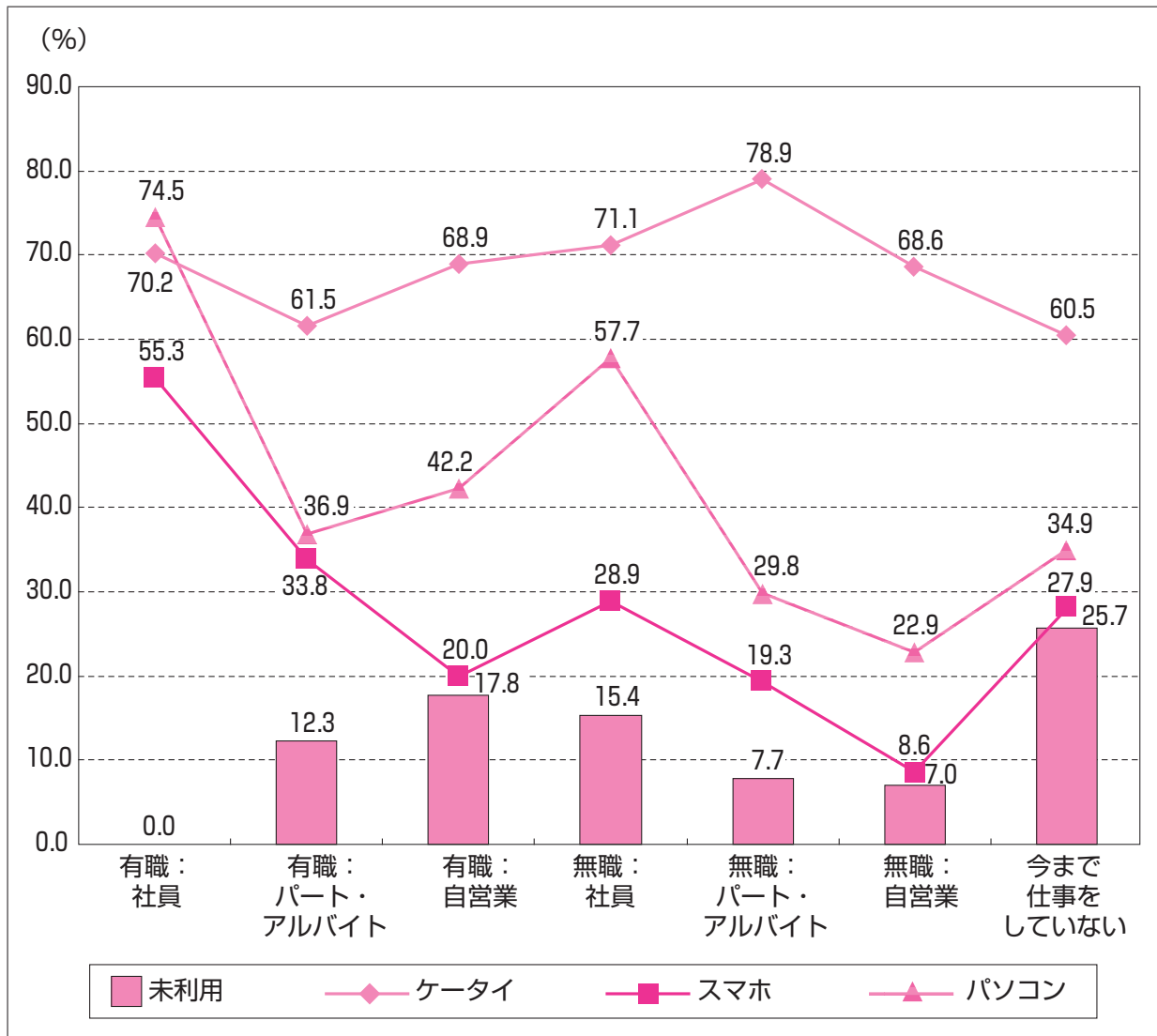


注1：ICT端末利用者が対象。

注2：現在利用していないが今後利用したいは、現在利用している人を除いて算出。

出所：シニアの生活実態調査

資料5-16 仕事を軸に分けたグループとICT端末の利用



	有職：社員	有職：パート・アルバイト	有職：自営業	無職：社員	無職：パート・アルバイト	無職：自営業	今まで仕事をしていない
n	47	65	90	142	57	35	43
男：女	87：13	38：62	61：39	65：35	0：100	60：40	5：95
60代：70代	83：17	75：25	58：42	56：44	56：44	9：91	40：60

出所：シニアの生活実態調査

補章 本書におけるオリジナル調査概要

資料H-1 「2016年一般向けモバイル動向調査」概要

調査方法	インターネット調査
調査エリア	全国
調査対象者	15歳以上の男女
標本抽出法	NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社の調査モニター「NTTコム リサーチモニター」への登録者を対象に調査を実施 まず全国を9つのブロックに分け、各ブロックを性年齢（15歳以上の男女被験者をそれぞれ12の年齢層に区分）によって24のセグメントに区分し、合計216セグメントから標本を集めた。 各セグメントから抽出する標本数は、調査実施時点で最新の国勢調査（平成22年国勢調査）の調査結果に基づいて決定した。
調査時期	2016年1月
有効回答数	3,000
主な調査項目	スマホ・ケータイの全般的な利用実態等

資料H-8 「2015年子どものケータイ利用に関する親子調査」概要

調査方法	インターネット調査
調査エリア	全国
調査対象者	8～18歳の男女とその親
標本抽出法	全国の8～18歳の子どもの性・年齢別の構成比（総務省人口推計、平成26年10月1日現在）に基づいて標本を抽出。 NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社の調査モニター「NTTコム リサーチモニター」への登録者のうち対象年齢の子どもを持つ親とその子どもを対象に調査を実施。
調査時期	2015年9月
有効回答数	1,001
主な調査項目	スマホ・ケータイの全般的な利用実態等

資料H-14 「シニアの生活実態調査」概要

調査方法	訪問留置回収法
調査エリア	関東（1都6県）
調査対象者	60歳～79歳
標本抽出法	性別：2区分（男女） 年齢：4区分（60歳～64歳、65歳～69歳、70歳～74歳、75歳～79歳） 地域ブロック：5区分（茨城県・栃木県・群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県） 都市規模：5区分（23区、大都市、人口20万以上の市、人口10万以上の市、人口10万未満の市・郡部）
調査時期	2015年10月～11月
有効回答数	530
主な調査項目	シニアの生活実態とICT利用

付 録 ケータイ社会年表

自動車／携帯電話方式			年号	移動体通信技術 ／サービス	情報・通信	海外	文化・メディア	産業・社会
米国	EU	アジア 日本						
<p>MTS方式 (手動交換, 1946)</p> <p>NTT方式 (第1世代, 1979)</p> <p>NMT方式 (第1世代, 1981)</p> <p>AMPS方式 (第1世代, 1983)</p> <p>TACS方式 (第1世代, 1985)</p> <p>NTT大容量方式 (第1世代, 1988)</p> <p>TACS方式 (第1世代, 1989)</p>			1970 1990	<p>■1970年／大阪・日本万国博覧会で、日本電信電話公社(現NTT)が携帯電話を出展。重量は550g。</p> <p>■1979年／日本電信電話公社が、全国規模の自動車電話サービスを開始。</p> <p>■1980年／IEEE 802が活動開始。</p> <p>■1985年／NTT, ショルダーホンを発売。重量3kg。</p> <p>■1987年／NTT, 携帯電話サービス開始。端末重量750g。</p> <p>■1987年／デジタル携帯電話統一規格, GSMが採択。</p>	<p>■1970年／日本電信電話公社, He-Neレーザーを使った240MbpsのPCM伝送実験を開始。</p> <p>■1978年／東芝, 日本最初のワードプロセッサ「トスワードJW-10」発売。価格は630万円。</p> <p>■1980年／日本電信電話公社(現NTT), DDX-P開始。</p> <p>■1984年／日本最初の商用パソコン通信ネット「JALNET」試験運用を開始。</p> <p>■1988年／NTT, INSネット64のサービスを開始。</p>	<p>■1975年／Microsoft設立。</p> <p>■1981年／IBM, 16ビットCPU「8088」を使ったパソコン「IBM PC」を発売。</p> <p>■1981年／北欧4カ国で自動車電話サービスを開始。</p> <p>■1983年／米国シカゴ地区で、セル方式の自動車電話サービスを開始。</p> <p>■1990年／CERN(ヨーロッパ合同素粒子原子核研究機構)でWWWサーバーシステムを開発。</p>	<p>■1970年／日本経済新聞社, 株価や財務情報に関する日本最初の商用データベース・サービスを開始。</p> <p>■1979年／ソニー, 「ウォークマン」発売。</p> <p>■1983年／任天堂, 「ファミリーコンピュータ」発売。</p> <p>■1989年／NTT, ダイヤルQ2サービス開始。ネットワークが一般ビジネスになる時代の先駆け。</p>	<p>■1973年／コンビニエンスストア, セブン-イレブン設立(第1号店は翌年開店)。同年, ファミリーレストラン, デニーズも設立。</p> <p>■1984年／世田谷電話地下ケーブル火災で混乱。</p> <p>■1985年／電気通信制度が改革され, 電気通信事業者の新規参入が可能に。日本電信電話株式会社(NTT)が発足。</p> <p>■1986年／商用パソコン通信ネット「PC-VAN」スタート。</p>
			1991	<p>■NTT, ムーバサービス開始。世界最小・最軽量の携帯電話機「ムーバ」4機種を発売。</p> <p>■パスポート判の電子ノート, ソニー「Palm-Top PTC-300」登場。</p> <p>■電波システム開発センター, デジタル携帯電話規格PDC制定。</p>	<p>■NTT, 通信サービス「VI&P」総合実験開始。</p> <p>■NTT, 電子印鑑システムESIGNを開発。</p> <p>■NTT, 光伝送装置を用いて10Gbpsの光伝送実験に成功。</p> <p>■富士通, ポケットサイズのワープロ「OASYS Pocket」を発売。</p>	<p>■イラクのクウェート侵攻が契機となり, 湾岸戦争が勃発。</p> <p>■ソビエト連邦崩壊でゴルバチョフ大統領退陣, ロシア連邦が設立。</p> <p>■ミャンマーの非暴力民主化運動の指導者, アウンサンスーチー氏にノーベル平和賞。</p> <p>■バングラデシュでサイクロンが発生。死者12万5,000人以上。</p>	<p>■Apple Computer, 「Quick Time」を発売。</p> <p>■日本初民間衛星放送のJSB(通称WOWOW)が本放送開始。</p> <p>■横綱千代の富士引退。若花田, 貴花田の若貴ブーム到来。</p> <p>■ドラマ「101回目のプロポーズ」(フジテレビ)視聴率36.7%を記録。</p>	<p>■バブルの崩壊が表面化し, 日本経済は右肩下がりに。</p> <p>■セブン-イレブンがNTT電話料金支払業務の取扱いを開始。</p> <p>■長崎県の雲仙普賢岳の噴火により火砕流が発生。大きな被害。</p>