

Mobile Marketing Data Labo

White Paper

特別対談 マカフィー × MMD 研究所

スマートフォン利用者の実態 意識変革の必要性について

フィルタリングサービス、公衆無線LAN、SNS利用実態調査と考察

フィルタリングサービス利用実態を深堀「中学生と親」への調査

誰しもがメディアになれる SNS 時代を深堀「学生、20・30代社会人」への調査

公衆無線 LAN は必要か？不要か？「公衆無線 LAN 利用者」への調査



年間を通じての共同調査実施の思い

対談の背景

2017年から2018年前半は、スマートフォンやインターネットに関連する多くの課題が持ち上がり、課題解決のための話し合いが行われた時期ではないでしょうか。子どもからシニアまで幅広い世代へスマートフォンの普及が進み、生活に欠かせないツールとなった一方で、多くの問題・課題が日々生まれています。

2016年3月から1年間実施した4調査をもとに実施した前回の対談では、調査で明らかとなった消費者の実態からモバイル業界の今後や事業者が取り組むべきことを考察しました。特に性年代別のモバイルライフスタイルを分析した調査はモバイル事業者各社から大変ご好評をいただき、更なる実用的な消費者データ取得のご要望を沢山いただくことができました。今回は2017年8月～2018年3月の間に実施した3つの調査をもとに、マカフィー株式会社国内コンシューマーマーケティングを統括する青木大知氏と、MMD研究所所長の吉本浩司が、今後のモバイル事業者のあり方について話し合いました。

今回の調査では、下記3つの調査テーマを取り上げました。

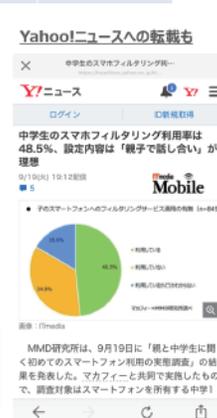
- ① 親と中学生に聞く初めてのスマートフォン利用の実態調査
(フィルタリング利用実態調査)
- ② 高校生、大学生、社会人20代・30代のSNS利用に関する意識調査
- ③ 公衆無線LAN利用者実態調査

調査テーマはいずれも市場の関心が高まっており、国が検討会の実施や法改正、ガイドラインの策定を検討するなど動きがあるものでした。またモバイル関連事業者が対応すべきことも増えています。これまでの調査を踏まえ、事業者様からのご意見もテーマ設計、設問設計に反映しております。

SNSや公衆無線LAN、フィルタリングに関する調査はこれまでもなかったわけではありませんが、今回の調査では世の中にあまりない本質的な消費者の意識を深掘できる調査設計を行い、モバイル業界の方々だけに留まらず消費者の方々へ価値のあるデータを届けられるように心がけました。

メディアへも多数掲載いただき、フィルタリング利用実態調査は約80件、公衆無線LAN利用者実態調査では約70件、SNS利用に関する意識調査では約90件の掲載を確認しております。SNSやフィルタリング調査に関しては、教育委員会や学校からお問合せいただき、児童への啓蒙資料として活用いただいております。

共同調査テーマ	リリース日	掲載/転載数
中学生のスマートフォン利用の実態調査	2017年9月19日	82件
公衆無線LAN利用者実態調査	2017年12月20日	67件
SNS利用に関する意識調査	2018年3月27日	87件
合計		236件



今回の調査を通じて、消費者のニーズとサービス提供者や国の動きとの間には、ギャップがあることが見えてきました。より便利で安心して利用できるサービスを消費者に届けるには、モバイル業界の事業者はどうあるべきなのでしょう。是非本編をご覧ください。

親と中学生に聞く初めてのスマートフォン利用の実態調査

2017年8月7日～8月23日に、スマートフォンを所有する中学1年生～3年生の親845人とスマートフォンを所有している中学生323人を対象に調査を実施致しました。

2016年に共同で実施した調査では、スマートフォンを持ち始める時期として中学生の割合が高いことが明らかになりました。2017年の調査では、スマートフォン導入時期である中学生を守るための対策や教育に関して前回の調査で明らかにできなかった部分の深掘を目的としています。

また各モバイル関連事業者様から、子どもと親のフィルタリングサービスの活用のしかたについて詳しく知りたいというご要望が多かったため、フィルタリングサービスの親の利用実態、そして子どもの意見を様々な切り口から聞いております。

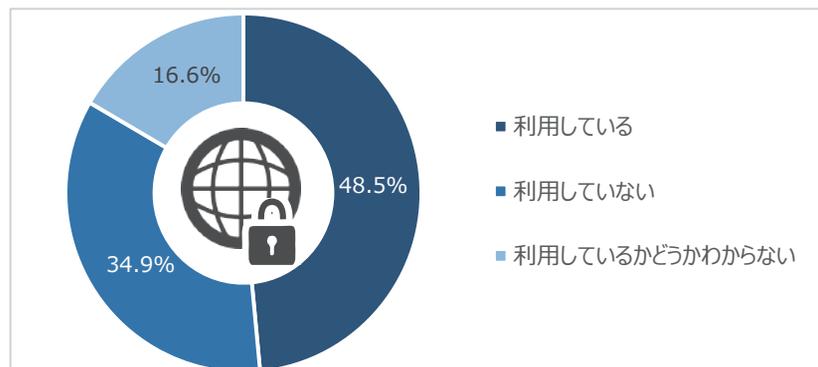
マカフィー株式会社 青木氏 (以下、青木) : 前回も親と中学生それぞれに意識を聞く調査を実施しました。その際は、親はどのようなタイミングで子どもにスマートフォンを持たせ始めて、中学生はスマートフォンをどのように利用しているのか、にフォーカスを当てましたね。

MMD 研究所 吉本 (以下、吉本) : そうでしたね。今回は「初めて持つスマートフォン利用」と題し、フィルタリング利用の利用状況や利用する上での意識に関して深掘り調査を実施しました。

青木 : 2018年2月に「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」の改正で携帯電話回線の新規契約時や変更・更新時に、「青少年確認」「フィルタリング説明」「フィルタリング有効化措置」を携帯電話インターネット接続役務提供事業者と契約代理店に義務付けました。それ以前から未成年契約時にフィルタリングを提供する義務はあったのですが、それがより強化されました。フィルタリングサービスは親が買い与える場面で、必然的というか、半強制的に出てくる機能です。

吉本 : 調査取得時は青少年インターネット環境整備法改正前でしたが、そのような動きがありフィルタリングを設定する側、確認する側の親、そして入れられている子ども、それぞれどのような状況なのかを知るために調査を実施しようという話になりました。では、早速調査結果を見ていきましょうか。

●子のスマートフォンへのフィルタリングサービス適用の有無 (n=845)



スマートフォンを所有する中学1年生～3年生の親 (n=845) を対象に、子どものスマートフォンにフィルタリングサービスを利用しているかを聞いた。

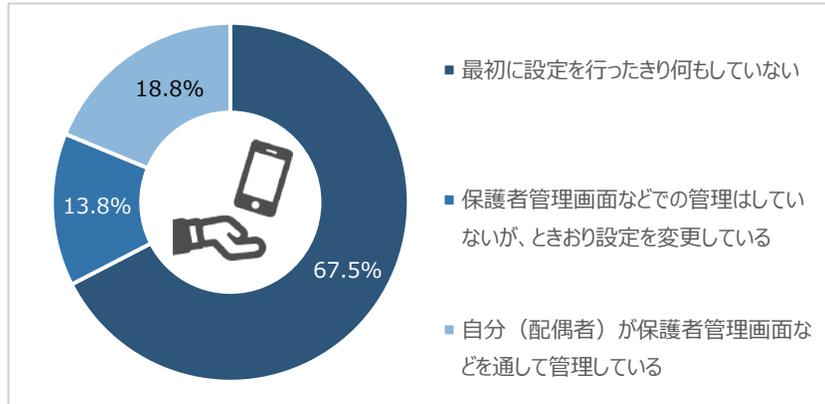
吉本 : スマートフォンへのフィルタリングサービス適用の有無に関するグラフですが、利用率に関して青木さんは高いと思われませんか？

青木: 想定より少し高かったです。法改正前も総務省がフィルタリングの説明をして、設定を促すよう通信事業者に働きかけていたことで、言い方は悪いですが半ば事業者もルールに沿った形で案内し、親も提供されるものだから、取りあえず言われたとおり入れてみようという意識でフィルタリングサービスを利用されている方が多かったのだと考えます。

しかし、実際きちんと使いこなしている親は多くないことも前回の調査で明らかになりましたね。7割近くの方が「最初に設定を行ったきり何もしていない」と答えています。

●フィルタリングサービスや機能制限の設定や管理方法について (n=464)

中学生の子どものスマートフォンにフィルタリングサービスもしくは機能制限を設定していると回答した親 (n=464) を対象に、フィルタリングや機能制限の管理方法を聞いた。



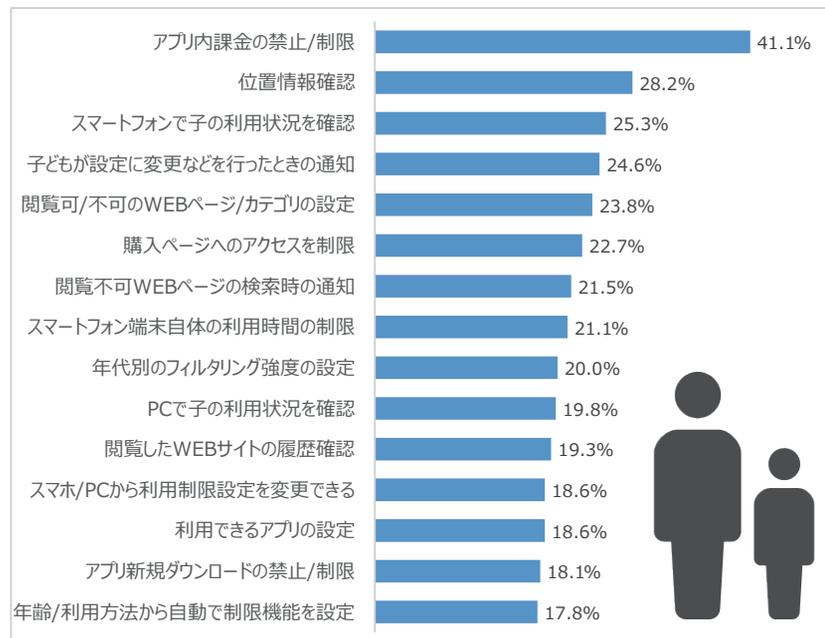
吉本: 恐らく携帯電話を契約する際に、店頭スタッフが設定したままの状態になっていて、親はどのように設定を直せばいいかわからないし、面倒だから、という状況でサービスが活用されないままになっているのでしょうかね。

青木: これだけ活用できている人が少ないということは、現在の機能や使い勝手がユーザーのニーズに応えきれていないと言えるのかもしれません。

吉本: あった方がいい制限、確認機能を親に聞いた設問がありますが、現在のフィルタリングサービスでチェックできる項目もあるにはあるんですが、やはり使い勝手が悪いのかもしれないですね。

●あった方がいいと思う制限・確認項目 (n=845)

スマートフォンを所有する中学1年生～3年生の親 (n=845) を対象に、子どもに持たせるスマートフォンにあってほしい機能を聞いた。



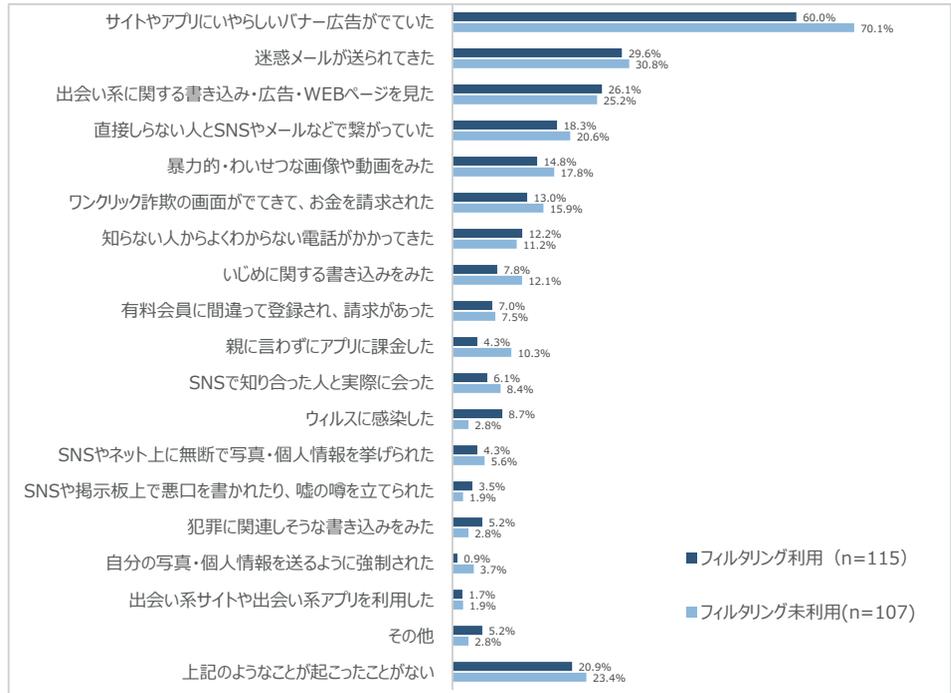
青木: 確認できた方がいい項目の2番目にある「位置情報の確認」ってどのように行っているのかと疑問に思い、先ほど社内の人間に子どもの居場所確認に何を使っているかと聞いたところ、その方はInstagramを一番活用していると言っていました。

青木：Instagram にアップされるストーリーを見てどこで、なにをしているか確認する。このような確認の仕方はマジョリティではもちろんないと思いますが、位置情報もこのような身近にある SNS を通じて行う方法もあるのかと感心しました。

吉本：親と子は中学生くらいから少しずつ自然と距離感ができてくると思うのですが、そんな中で子どもの動向を知ろうと躍起にならなくても、LINE や SNS などの現代のツールを使いながら、子どもが何をしているのか、どんなことに興味があるのかをそういったものから知って、コミュニケーションを取るのもいいのかもしれないね。

フィルタリングの話に戻りますが、下記のグラフはフィルタリング利用者と未利用者に関して、スマートフォンを使っていて起こったことを比べた調査結果になります。

●スマートフォンを利用して起こったこと（フィルタリング利用者と未利用者）



青木：この調査は通信事業者さんに特に興味を持っていただける内容です。データを見る限りでは、スマホ購入の時のフィルタリングアプリ設定で万全に対策されるというわけではないし、フィルタリングの有無に関係なくユーザーは常にオンラインのセキュリティの問題に接していることが分かります。

スマートフォンを所有する中学生 (n=323) を対象に、スマートフォンを使っていて起こったことを聞き、その結果をフィルタリング利用者 / 未利用者で比較した。

マカフィー株式会社
CMSB 事業本部
コンシューママーケティング本部
執行役員 本部長 青木大知氏



吉本：フィルタリングアプリを入れている子どもと入れていない子どもの起こったこととしてはそこまで大きく違う項目がないのが現状ですね。

青木：1つのソリューションで子供の安全なスマホ利用は難しいわけです。色々と調査結果を見てきましたが、フィルタリングサービスを強制的に利用させても、ユーザーのニーズをくみ取ったサービスでないと形骸化してしまいます。そしてなぜそんなことが起こるかという、少し強い言葉になってしまうかもしれませんが、利用者も提供者もメリットを享受できていないからではないでしょうか。

吉本：恐らくフィルタリングアプリが2018年2月に義務化されたのは、前年に起きた座間事件が大きく関わっているのだと思います。そういう経緯もあっての次にお話するSNS利用に関する意識調査を実施しました。

フィルタリングというソリューションがうまくワークしていない今、サービス提供者やモバイル事業者がユーザーの使い方を見つめなおすきっかけになればと思い、調査を実施しました。

SNS 利用に関する意識調査

2018年3月1日～3月5日の期間で「高校生、大学生、社会人20・30代のSNS利用に関する意識調査」を高校生、大学生、社会人20代、社会人30代の4属性を対象に実施いたしました。事前調査の対象者は15歳～39歳の男女4,575人で、本調査の対象者は、事前調査で抽出したSNS、ブログ、掲示板いずれかを週に1回以上利用していると回答した男女2,027人となっております。

2017年はSNSの投稿を通じて起こった事件・問題に関する報道を多く耳にしたのではないのでしょうか？警察庁が毎年発表しているSNS等に起因する被害児童の件数も毎年過去最多を更新しています。

モバイル関連事業者やSNSのサービス提供者、それぞれの立場から現状を打破するための対応を迫られていますが、抜本的解決策はまだありません。

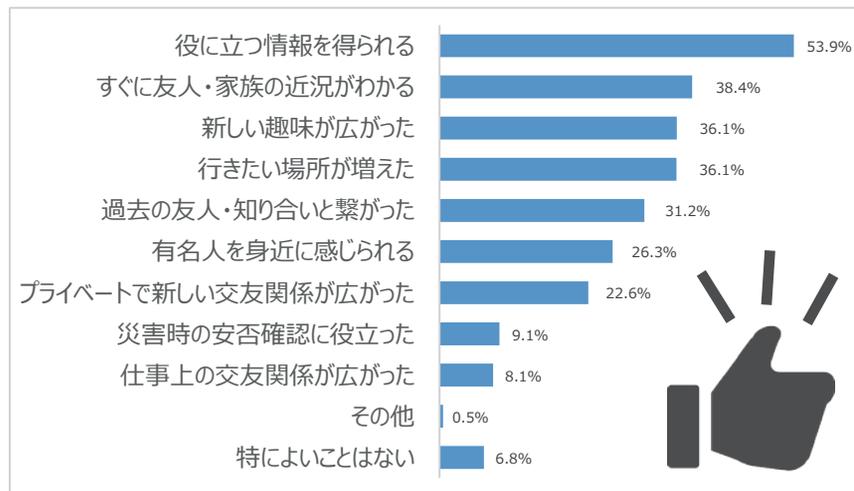
青木：SNSでの利用だと、投稿することにフォーカスが当てられがちですが、今回の結果ではTwitterに関しては、利用する目的は「趣味に関する情報収集」が最も多かったです。そのあとに続く内容も情報収集系ですね。

	高校生 (n=453)	大学生 (n=434)	社会人20代 (n=358)	社会人30代 (n=266)
1 趣味に関する情報収集	40.0%	40.6%	32.7%	32.7%
2 著名人の近況を知るため	33.3%	38.7%	30.4%	23.7%
3 友人、知人の近況を知るため	31.1%	28.3%	24.0%	21.1%
4 趣味などでの交友関係の拡大	26.3%	28.1%	21.5%	20.3%
5 自分の考え、思い、好みなどを共有	25.6%	28.1%	20.7%	18.4%

Twitter を利用していると回答した人 1,511 人 (高校生 n=453、大学生 n=434、社会人 20 代 n=358、社会人 30 代 n=266) を対象に、Twitter を利用する目的を聞いた。

吉本：SNS を利用していてよかったことを聞いた設問でも、「役に立つ情報を得られる」という項目が最も多かったです。

● SNS を利用していてよかったこと (n=2,027)



SNS、ブログ、掲示板を週に1回以上利用していると回答した2,027人(高校生 n=503、大学生 n=510、社会人20代 n=507、社会人30代 n=507)を対象に、SNSを利用してよかったことを聞いた。

青木：自分にとって SNS が特に情報収集ツールとして役に立ったのは災害や大雪で交通網がストップした時でした。電話やメールが使いつらい中、SNS 上でダイレクトメッセージするのはもちろん、備品や食料の配布情報などが Twitter 上で共有されていました。そういう意味でも、SNS は情報を発信する場所というより、情報を収集する「メディア」として多くの人に利用されているといえます。

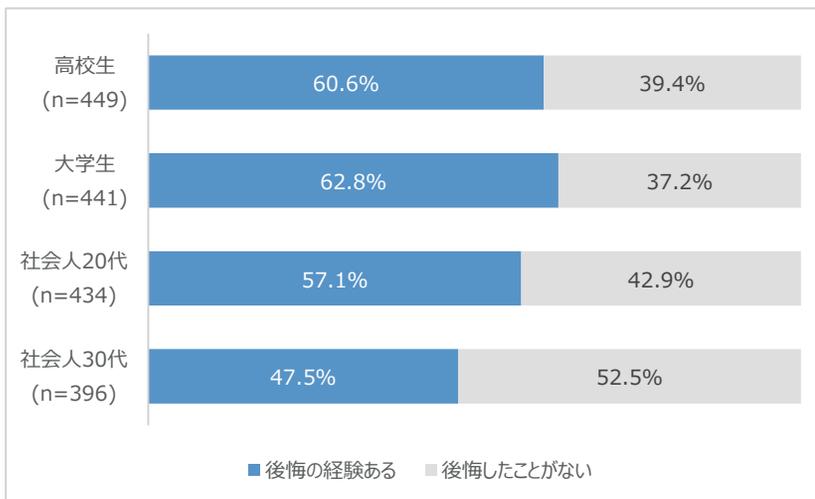
吉本：そのような使われ方をしている SNS だからこそ、投稿するときは細心の注意が必要ですね。情報収集の段階では、情報をまとめて見ることができて大変便利なツールのため、多くの人がメディアと同じぐらい信用しているプラットフォームです。

吉本：しかし自分が発信する側になると、まだ 1 to 1 コミュニケーションみたいな意識があって、メディア的な露出をする可能性があるというところまで考えが及ばない。

そのため今回の調査結果にあるような、後悔した経験が「過半数以上」という結果や、2 割程度の方が SNS の投稿内容が「問題になったことがある」という結果に繋がるのでしょうか。

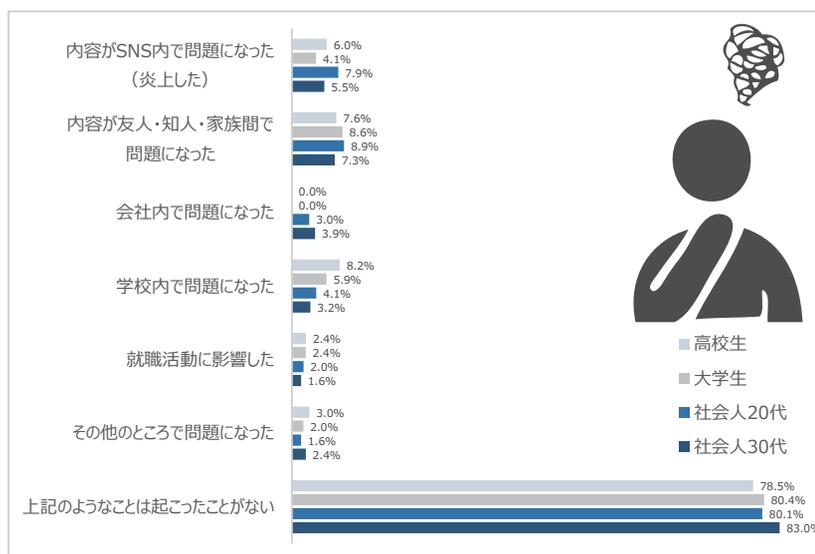
SNS、ブログ、掲示板を週に 1 回以上利用しているかつ一度でも投稿したことがあると回答した 1,720 人（高校生 n=449、大学生 n=441、社会人 20 代 n=434、社会人 30 代 n=396）を対象に、投稿した内容を後悔したことがあるかを聞いた。

● 投稿後に後悔した経験



SNS、ブログ、掲示板を週に 1 回以上利用していると回答した 2,027 人（高校生 n=503、大学生 n=510、社会人 20 代 n=507、社会人 30 代 n=507）に自身の投稿によって引き起こされた問題があるかを聞いた。

● 投稿によって引き起こされた問題（自分自身に関して）（属性別）



青木：ソーシャルメディアはその名の通り、個人間で終わるツールではなく、世の中に情報を発信できるメディアだということをユーザーはもっと理解する必要があります。

※ 一度インターネット上に投稿された書き込みや個人情報などが拡散されると、後からすべてを削除するのは極めて難しい状況を入れ墨（タトゥー）に例えた比喻表現である。

吉本：調査のフリーアンサーに「SNS で書き込んだことはデジタルタトゥー※となって刻まれる」、と書かれていた方がいらっしゃいましたが、まさにその通りで一度投稿して広まってしまったものは半永久的にインターネット上に残り続けますよね。

通常の SNS がそのような側面を持っているからこそ、Instagram のストーリーや Snapchat のような残らないところに価値を見出している SNS が流行るんでしょうね。

青木：その通りですね。個人の SNS を管理する能力というものも、今後はより重要になってくるでしょう。

吉本：よく脅迫めいた投稿をして捕まった犯人が口にする、まさかそんな大ごとになるとは思っていませんでした、という常套文句がありますけれども、実名だろうが匿名だろうが、倫理的に駄目なものは駄目で、裁かれるものは裁かれるということを利用者は頭に残しておく必要があります。投稿して後悔する側はそこまで考えていないのだと思いますが、ネットだからといって全部隠せるよってわけではないということですね。

青木：いくら匿名だとしても、やっぱり足は付くし、犯罪めいたことを行えばテクノロジーの力でわかってしまう。

匿名利用しているからひどいことを書いても大丈夫、という感覚は間違いだということを知らせる必要がありますね。

吉本：最近ではフェイクニュースの問題もできていますよね。

青木：そうですね。全員がメディアになれる時代の問題点の1つですよね。そういう課題がある中で、今後サービス提供者として実施していくべきところって、発信する側のレピュテーションを測れるような仕組みづくりなのではないかな、と個人的には思っています。例えば「Like(いいね)」と同じような形でユーザーが「Fake(嘘)」とユーザーの投稿のレピュテーションを測定できるようなもの。まあフェイクまではいかなくても「怪しいね」のような、いくつかの測定方法があれば良いのではないのでしょうか。レピュテーションが低くなるとアカウントがフリーズする、というような罰則があっても良いのではないかな、と思います。

吉本：色々やり方は考えなければならぬと思いますが、投稿の信頼性をユーザーに測ってもらう、というのは一つのやり方ですね。そのマークがあるだけで、これはフェイクかトウラーどちらなのか、と考えるきっかけにもなりそうなので興味深いですね

青木：レピュテーションによって投稿を見る側も、どういう姿勢でその投稿を受け取ったらいいかの心構えができるようなシステムがあれば良いと思います。

吉本：それって Google の検索のアルゴリズムにちょっと似ていますかね。ユーザーにとって利便性が高いサイトだと評価されたサイトがページ上位に表示されている仕組みに近いものがあると思います。

左：マカフィー株式会社
CMSB 事業本部
コンシューママーケティング本部
執行役員 本部長 青木大知 氏
右：MMD 研究所
所長 吉本浩司

マカフィー日本法人本社にて



公衆無線 LAN 利用者実態調査

2017年11月15日～11月17日に「公衆無線 LAN 利用者実態調査」を実施いたしました。事前調査では、15歳～69歳の男女5,007人を対象に行っており、本調査では、スマートフォンを公衆無線 LAN に接続させたことがある、と回答した男女1,556人を対象にしております。

現在、訪日外国人旅行者の増加や2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催を受けて、公衆無線 LAN のスポット数を拡充させようとする動きが活発化しています。

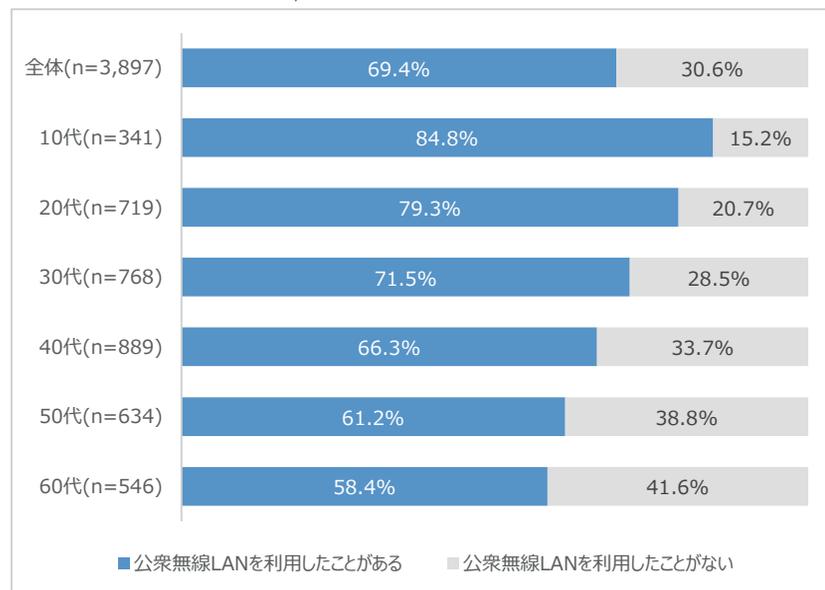
キャリアをはじめ、自治体、店舗などが公衆無線 LAN の提供を拡大させており、日本人にとっても利便性は高まっていますが、実際利用者動向はどうなっているのでしょうか？

吉本：さて、第2弾の公衆無線 LAN 利用者実態調査に関してはいかがでしょうか？調査の大きな目的は、国としては公衆無線 LAN のスポット数を増やす方向にあるけど、本当に求められているのか、消費者が利用しているとしたらどのような利用の仕方をしているのか、というところを知るために実施しました。

青木：結果的には、7割近くの利用者がいましたね。これは多いと見てよいでしょう。

スマートフォンを利用していると回答した男女（n=3,897）に対し、スマートフォンでの公衆無線 LAN の利用について聞いた。

●公衆無線 LAN の利用経験（n=3,897）※年代別

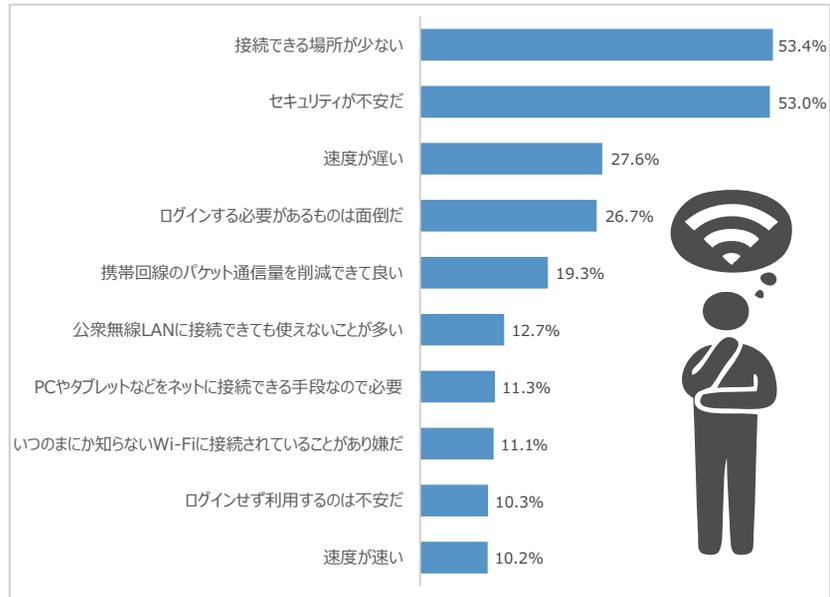


国は2020年のオリンピックを見据え、訪日外国人に活用してもらえる公衆 Wi-Fi の拡充を目指していますが、そこに注力するだけでなく日本人が利用する想定で公衆無線 LAN の利便性をもっと上げたほうがいいのではないかな、と思いました。

吉本：利用者に公衆無線 LAN を利用する際に思うことを聞いた結果、「接続できる場所が少ない」「セキュリティが不安だ」「速度が遅い」というような不満項目が上位にきていました。

●公衆無線 LAN の利用に関して思うこと (n=1,556)

スマートフォンで公衆無線 LAN を利用したことがある 15 歳～69 歳の男女 1,556 人を対象に、公衆無線 LAN の利用に関して思うことを聞いた。

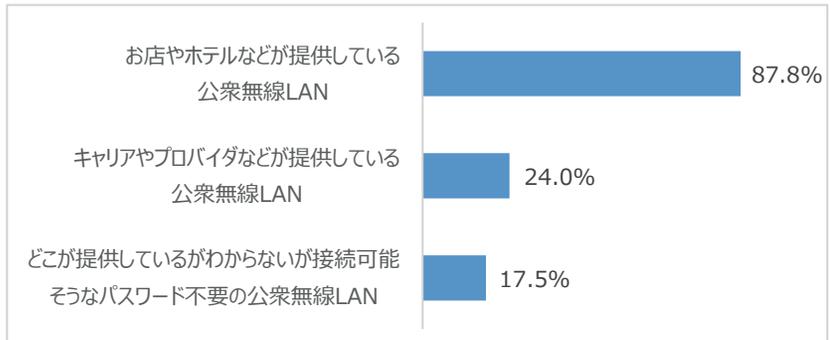


青木: 4 番目の不満に「ログインするものは面倒だ」っていうのがありますけど、チェーン店などが提供しているものって個人情報を登録してから利用するものが多いですよ。かなりの数の人がここで面倒になってあきらめている気がします。

吉本: ちなみに、現在利用されている公衆無線 LAN としては最も多いのが「お店やホテル」から提供されているもので、「キャリアやプロバイダが提供している公衆無線 LAN」は 24% でした。

●接続経験のある公衆無線 LAN の種類 (n=1,556)

スマートフォンで公衆無線 LAN を利用したことがある 15 歳～69 歳の男女 1,556 人を対象に、接続経験のある公衆無線 LAN の種類を複数回答で聞いた。



青木: キャリア提供の公衆無線 LAN の利用ユーザーが、思っていたよりもそれほど多くないのは驚きました。キャリアが公衆無線 LAN の提供を始めた理由の 1 つは、モバイルのデータ通信だけではカバーできない場所を Wi-Fi でカバーしようということですが、その役割ってほぼ終わりに近づいてきたと思います。でも実は、この「ログインが面倒」「セキュリティが不安」というユーザー不満の解消に繋がる答えは、キャリアが提供している公衆無線 LAN ではないか、と思っています。

吉本: そうですね、それに加え今後働き方改革などが進むにつれ、安心、安全に使える公衆無線 LAN の需要ってもっと増えてくるのではないかと思います。

青木: 2020 年のオリンピックを開催しているときって、もてなす国として、観に来ている方々を優先的に移動させるような動きを取る必要があると思うんですね。そうになると、会社勤めの方は会社に行くより近場や自宅で働いたほうがいいのでは、っていうことになってきます。そういうときに働ける環境に公衆無線 LAN があると便利ですね。

青木：提供側や国は旅行者に向けてのサービス拡充、というところに重きをおいていますが、実はというと本当にニーズがあるのは、日本に住んで働いている人たちであって、かつお金を払っても使ってもいいと、といってくれるのもこの層なのではないかと考えています。

吉本：最終的には通信会社が人々の新しい働き方を通信環境の側面から支援することに繋がりますよね。

青木：そのように会社外で働くという選択肢が増えてくる中で、公衆無線 LAN 然り、家庭の Wi-Fi 然り、外部に内部情報が漏れないようにそこは細心の注意が必要であることは知っておいていただきたいですね。

吉本：VPN サービスですね。

青木：その通りです。通信の暗号化を利用することによって、公衆にオープンにされている LAN でも暗号化された専用線にすることが可能ですから、どんな場所でもどんな公衆無線 LAN でもセキュリティ面を気にせず使うことができます。

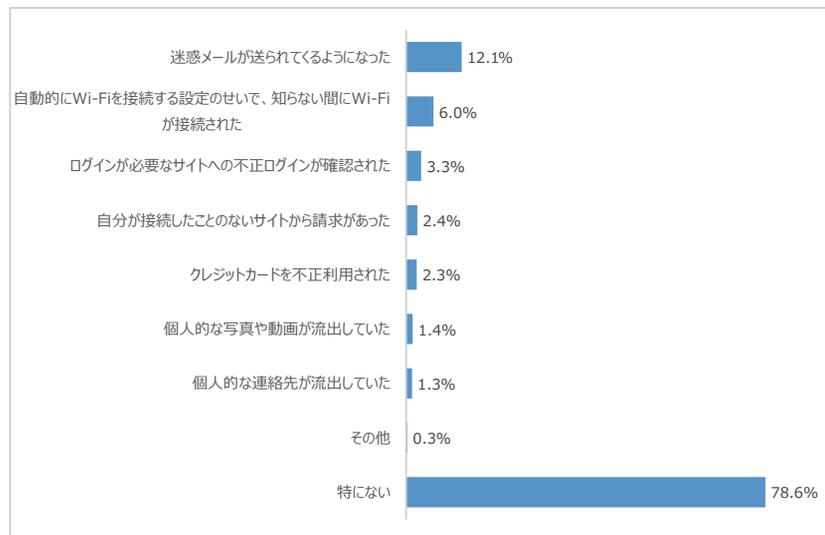
吉本：会社全体で取り入れるのは相当大変そうですが・・・

青木：会社で提供されるのが一番ですけど、ネットワーク構築が大変ですし費用もかかる。予防策としては、個人で使えるレベルのものでいいので、使ってみることが大切です。

吉本：今後の働き方改革の普及とともに公衆無線 LAN のニーズが増えていくだけではなく、安心して使える方法があることをユーザーにも認知してもらう必要がありそうですね。現に公衆無線 LAN 接続によって引き起こされたと思う事態で深刻な問題もでていましたね。

スマートフォンで公衆無線 LAN を利用したことがある 15 歳～69 歳の男女 1,556 人を対象に、公衆無線 LAN を使ったことにより、引き起こされたと思われる事態について聞いた。

●公衆無線 LAN 接続によって引き起こされたと思う事態 (n=1,556)



青木：個人の利用であれば、個人の損害に抑えられますが、会社という単位になると個人の責任問題以上のことになりかねないですから、今後はより公衆無線 LAN の使い方に関しては気を付ける必要があるでしょう。

全体を振り返って

青木:特に今回の公衆無線 LAN の調査とフィルタリングの調査ってユーザーと提供者、そして監督をしている国との意識の差が浮き彫りになったデータだったのではないのでしょうか。

吉本:そうですね、未成年へのフィルタリングサービス利用に関しては国が義務化し、提供側はその通りに利用者に案内しています。窓口では義務だから説明して入れてもらうけど事業者側にメリットがあるわけではない。そしてユーザー側を見ると、使いこなしている割合は低いし、フィルターしている内容もどうなんだ、という内容。

公衆無線 LAN に関しては、国や事業者の方向性としては外国人向け公衆無線 LAN を拡充しようとしています、その前に目を向けるべき利用者がいるのではないのか、というところ。国内の公衆無線 LAN ユーザーは結構な数がいて、今後も新しい働き方が増えるとともにニーズは増えていくでしょう。

青木: SNS に関してはサービス提供者側とユーザーの現時点でのギャップを話し合った訳ではないですが、ユーザーの現状の使い方を把握してもっと考えることやできることってあるんじゃないか、というところですね。

私たちセキュリティ会社も今後動いていくべきところってたくさんあって、そういうことをひとつずつしていくにはやはりパートナーさんとの協力が必要なんですよ。

吉本: サービス提供者側、通信事業者さんとそういうときに同じ課題認識があれば進めやすいですね。そういう意味で今回の対談を皆さんにご覧いただくことで、考えるきっかけにしたいと思います。

左：マカフィー株式会社
CMSB 事業本部
コンシューママーケティング本部
執行役員 本部長 青木大知 氏
右：MMD 研究所
所長 吉本浩司

マカフィー日本法人本社にて



マカフィー株式会社
<https://www.mcafee.com/jp>
東京都渋谷区道玄坂 1-12-1 渋谷マークシティウエスト 20F
TEL 03-5428-1100
FAX 03-5428-1480



MMDLabo 株式会社 (MMD 研究所)
<https://mmdlabo.jp/>
東京都港区港南 2-4-13 スターゼン品川ビル 2F
TEL 03-6451-4414
FAX 03-6451-4415

下記 QRコードより、対談で活用した各調査リリースサイトをご覧ください。



親と中学生に聞く初めてのスマートフォン利用の実態調査
https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1666.html



高校生、大学生、社会人 20 代・30 代の SNS 利用に関する意識調査
https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1703.html



公衆無線 LAN 利用者実態調査
https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1685.html