



調査報告書

関西エリアのインターネット利用調査【2026年6月】

調査実施：株式会社ALL CONNECT / オールコネクトマガジン編集部

発行日：2026年6月1日

調査概要

調査目的	集合住宅の比率が高いとされる関西エリアにおいて、住まいの形と自宅インターネット回線の選ばれ方の関係、料金の把握状況、乗り換えの障壁、および異業種（ガス会社）による通信サービス提供の認知実態を明らかにする。
調査方法	インターネット調査（キクモ）
調査時期	2026年6月
調査対象	関西エリア（大阪府・京都府・兵庫県・和歌山県・滋賀県・奈良県）に居住する男女
有効回答数	1,000件
調査実施機関	株式会社ALL CONNECT（オールコネクトマガジン編集部）

調査結果サマリー

- 自宅の回線は「光回線」49.9%が最多だが過半数に届かず、光回線以外を使う人が約5割を占める。
- 住まいは集合住宅（賃貸・分譲）が合計49.4%と約半数。光回線の利用率は戸建て（持ち家）60.3%に対し集合住宅（賃貸）37.0%で、住まいの形が回線の選ばれ方に表れている。
- 実質の月額料金は「わからない」が36.0%で最多。料金への関心と把握度にギャップがある。
- 乗り換えで最も重視する点は「乗換えるつもりはない」48.5%が最多。ためらう理由は「今の回線に大きな不満はない」35.9%、「手続きが面倒」25.4%が上位。
- 「ガス会社がインターネットを提供していること」を45.2%が知らなかったと回答し、安心感はネガティブ寄りが計60.0%。異業種参入には認知と信頼の獲得が課題となる。

調査結果詳細

利用しているインターネット回線の種類

選択肢	回答数	割合
光回線	499	49.9%
ケーブルテレビ回線（J:COMなど）	186	18.6%
ホームルーター（5G・WiMAXなど工事不要タイプ）	157	15.7%
スマホのテザリングのみ	106	10.6%
モバイルWi-Fi（ポケット型）	52	5.2%

自宅の回線は「光回線」が49.9%で最多だが過半数には届かず、ケーブルテレビ回線・ホームルーター・モバイルWi-Fi・テザリングなど光回線以外を使う人が約5割を占める。

住居形態別の光回線利用率は、戸建て（持ち家）60.3%、集合住宅（分譲マンション）50.6%、戸建て（賃貸）37.7%、集合住宅（賃貸マンション・アパート）37.0%。建物の種類よりも持ち家が賃貸かで差が大きく、住まいの形が回線の選ばれ方に表れている。

住居形態

選択肢	回答数	割合
戸建て（持ち家）	453	45.3%
集合住宅（賃貸マンション・アパート）	322	32.2%
集合住宅（分譲マンション）	172	17.2%
戸建て（賃貸）	53	5.3%

住まいは「戸建て（持ち家）」45.3%が最多。集合住宅（賃貸・分譲）は合計49.4%で、およそ半数が集合住宅居住者である。

現在の回線を契約したきっかけ

選択肢	回答数	割合
料金が安かったから	226	22.6%
引越し・転居のタイミングだったから	183	18.3%
スマホとのセット割があったから	148	14.8%
通信速度が速いから	124	12.4%
従来の事業者に不満はなかったが、契約満了タイミングだったので乗り換えた	118	11.8%
工事不要ですぐ使えるから	117	11.7%
従来の事業者のインターネットに不満があり乗り換えた	49	4.9%
電気・ガスとのセット割があったから	35	3.5%

契約のきっかけは「料金が安かったから」22.6%が最多で、「引越し・転居のタイミング」18.3%が続く。価格と生活イベントが二大契機となっている。

契約した方法・接点

選択肢	回答数	割合
店舗（家電量販店・携帯ショップなど）	265	26.5%
Web（比較サイト・公式サイト・広告など）	232	23.2%
引っ越し時にまとめて契約	151	15.1%
家族・知人からの紹介	125	12.5%
訪問営業	77	7.7%
ガス・電気の契約・問い合わせ時に案内された	56	5.6%
電話営業	52	5.2%
商業施設等での催事やイベント	42	4.2%

契約の接点は「店舗（家電量販店・携帯ショップなど）」26.5%と「Web」23.2%が拮抗し、対面とオンラインに二極化している。

現在の回線の契約年月

選択肢	回答数	割合
2年以上	755	75.5%
1年～2年未満	76	7.6%
0か月～3か月未満	74	7.4%
6か月～1年未満	64	6.4%
3か月～6か月未満	31	3.1%

「2年以上」が75.5%と圧倒的で、長期継続利用の傾向が強い。

インターネットの月額料金（実質）

選択肢	回答数	割合
わからない	360	36.0%
5,000～5,999円	172	17.2%
4,000～4,999円	157	15.7%
3,000～3,999円	129	12.9%
3,000円未満	101	10.1%
6,000円以上	81	8.1%

実質の月額料金は「わからない」が36.0%で最多。料金への関心と実際の把握度にギャップがある。

乗り換えで最も重視するポイント

選択肢	回答数	割合
乗換えるつもりはない	485	48.5%
月額料金の安さ	233	23.3%
通信速度の向上	121	12.1%
工事不要ですぐ使えること	49	4.9%
スマホとのセット割	37	3.7%
キャッシュバック・特典	37	3.7%
サポートの手厚さ	24	2.4%
電気・ガスとのセット割	14	1.4%

「乗換えるつもりはない」が48.5%で最多。乗り換え意向のある層では「月額料金の安さ」23.3%、「通信速度の向上」12.1%が上位となる。

引越し時に検討するタイミング（n=183／現在の回線を「引越し・転居のタイミング」で契約した層）

選択肢	回答数	割合
引越し決定時	93	50.8%
引越し完了後	40	21.9%
引越し事業者検討時	34	18.6%
引越し作業時	16	8.7%

引越しをきっかけに契約した層では「引越し決定時」50.8%が最多で、早い段階から検討が始まっている。

ガス会社のインターネット提供の認知

選択肢	回答数	割合
ガス会社がインターネットを提供していることを知らなかった	452	45.2%
知っているが、興味はない	389	38.9%
知っており、興味がある	122	12.2%
既に契約している	37	3.7%

「ガス会社がインターネットを提供していることを知らなかった」が45.2%。「知っているが興味はない」38.9%と合わせ、8割超が未認知または無関心である。

ガス会社のインターネット提供への安心感

選択肢	回答数	割合
あまり安心感はない	396	39.6%
やや安心感がある	352	35.2%
安心感はない	204	20.4%
とても安心感がある	48	4.8%

安心感はネガティブ寄りが計60.0%。異業種参入には認知の獲得に加え、信頼の醸成が課題となる。

インターネット回線を選ぶ際に重視するポイント（複数回答／割合は延べ選択数に占めるシェア）

選択肢	回答数	割合
月額料金の安さ	509	27.4%
通信速度・安定性	415	22.3%
工事の有無・開通までの早さ	207	11.1%
スマホとのセット割	155	8.3%
ブランドへの信頼感	148	8.0%
データ容量無制限であること	141	7.6%
サポート体制	120	6.5%
キャッシュバック・キャンペーン	98	5.3%
電気・ガスとのセット割	65	3.5%

「月額料金の安さ」27.4%が最多、「通信速度・安定性」22.3%が続く。料金と品質が回線選びの二本柱となっている。

回線とセットで契約しているサービス（複数回答／割合は延べ選択数に占めるシェア）

選択肢	回答数	割合
セット契約はしていない	458	36.3%
スマホ・携帯電話	261	20.7%
固定電話	228	18.1%
テレビ（CS・BS含む）	132	10.5%
電気	109	8.6%
ガス	61	4.8%
ウォーターサーバーなど生活サービス	13	1.0%

「セット契約はしていない」36.3%が最多。セット契約では「スマホ・携帯電話」20.7%、「固定電話」18.1%が上位となる。

通信品質について不満を感じる点（複数回答／割合は延べ選択数に占めるシェア）

選択肢	回答数	割合
特に不満はない	665	58.3%
マンション内・建物内で電波・速度が出にくい	110	9.6%
夜間（特に20～23時台）に速度が遅くなる	95	8.3%
台風・大雨など悪天候時に不安定になる	90	7.9%
動画・オンライン会議が不安定になる	80	7.0%
データ容量制限・速度制限がかかる	61	5.3%
ゲームでラグが発生する	40	3.5%

「特に不満はない」58.3%が最多。人数で見ると665人が不満なしで、335人（33.5%）が何らかの不満を挙げた。不満の内容では「マンション内・建物内で電波・速度が出にくい」が最上位となる。

インターネットを使う上で困った経験（複数回答／割合は延べ選択数に占めるシェア）

選択肢	回答数	割合
特に困ったことはない	644	56.7%
ホームルーター・モバイル回線で電波が弱い場所があった	137	12.1%
料金が思ったより高かった	125	11.0%
サポートに繋がりにくい	93	8.2%
マンションの設備の問題で希望の回線が引けなかった	53	4.7%
開通工事までの期間が長かった	43	3.8%
解約・乗り換え時のトラブル	40	3.5%

「特に困ったことはない」56.7%が最多。困った経験では電波の弱さ、料金、サポートに関するものが上位に並ぶ。

乗り換えをためらう理由（複数回答／割合は延べ選択数に占めるシェア）

選択肢	回答数	割合
今の回線に大きな不満はない	472	35.9%
手続きが面倒	334	25.4%
工事が必要になる	198	15.1%
どこを選べばいいかわからない	162	12.3%
違約金がかかる	148	11.3%

「今の回線に大きな不満はない」35.9%が最多で、「手続きが面倒」25.4%、「工事が必要になる」15.1%が続く。心理的・手続き的な障壁が乗り換えを抑制している。

引越し時にインフラを決める順番 (n=183／現在の回線を「引越し・転居のタイミング」で契約した層)

順番	インフラ	回答数	割合
1番目	電気	112	61.2%
1番目	インターネット	37	20.2%
1番目	ガス	34	18.6%
2番目	ガス	95	51.9%
2番目	電気	59	32.2%
2番目	インターネット	29	15.8%
3番目	インターネット	117	63.9%
3番目	ガス	54	29.5%
3番目	電気	12	6.6%

最初に決めるインフラは「電気」が61.2%で最多。インターネットは3番目に回される割合が63.9%と高く、開通までの時間を要する回線が後回しになりやすい。

クロス集計

住居形態別 光回線の利用率

区分	光回線	回答者数	割合
戸建て（持ち家）	273	453	60.3%
集合住宅（分譲マンション）	87	172	50.6%
戸建て（賃貸）	20	53	37.7%
集合住宅（賃貸マンション・アパート）	119	322	37.0%

年代別 光回線の利用率

区分	光回線	回答者数	割合
20代	99	260	38.1%
30代	103	224	46.0%
40代	127	220	57.7%
50代	89	151	58.9%
60代	81	145	55.9%

都府県別 光回線の利用率

区分	光回線	回答者数	割合
大阪府	212	465	45.6%
兵庫県	146	273	53.5%
京都府	64	123	52.0%
奈良県	30	66	45.5%
滋賀県	30	42	71.4%
和歌山県	17	31	54.8%

調査方法の詳細

調査ツール・実施方法

インターネットリサーチ（キクモ）を用いて、関西2府4県に居住する男女からインターネット経由で回答を収集した。

集計方法

単一回答の設問は、割合を回答者数に対する比率として算出している。複数回答（最大3つ）の設問は、割合を延べ選択数に占めるシェアとして算出し、base_n列に延べ選択数を格納している。このため複数回答の設問どうし、また単一回答の設問との間で割合を直接比較することはできない。

母数が異なる設問

「引越し時にインフラを決める順番」および「引越し時に検討するタイミング」の2設問は、現在の回線を「引越し・転居のタイミング」で契約したと回答した183名のみを対象としている（n=183）。その他の設問の母数は有効回答1,000件である。

回答者属性

属性	区分	回答数	割合
年代	20代	260	26.0%
年代	30代	224	22.4%
年代	40代	220	22.0%
年代	50代	151	15.1%
年代	60代	145	14.5%
居住地	大阪府	465	46.5%
居住地	兵庫県	273	27.3%
居住地	京都府	123	12.3%
居住地	奈良県	66	6.6%
居住地	滋賀県	42	4.2%
居住地	和歌山県	31	3.1%
性別	女性	502	50.2%
性別	男性	498	49.8%
住居形態	戸建て（持ち家）	453	45.3%
住居形態	集合住宅（賃貸マンション・アパート）	322	32.2%
住居形態	集合住宅（分譲マンション）	172	17.2%
住居形態	戸建て（賃貸）	53	5.3%

データの利用条件・引用ガイドライン

出典表記

本データを引用・転載する際は、以下の出典を明記してください。

出典記載例

出典：オールコネクトマガジン「関西エリアのインターネット利用調査【2026年6月】」（<https://all-connect.co.jp/magazine/kansai-net-survey/>）

データライブラリ全体を参照する場合は <https://all-connect.co.jp/magazine/data/> をご利用ください。

利用可能な範囲

- 記事・レポート・プレゼン・SNS等での引用・転載（出典明記のうえ事前連絡不要）
- グラフ作成・独自分析・再集計などの二次利用（出典明記のうえ可）
- 商用目的での利用（出典明記のうえ可）

禁止事項

- 元データの改ざん・調査結果を誤認させる文脈での使用
- CSVやPDFファイルの再ホスティング・再配布

お問い合わせ

データの詳細・調査に関するご質問は [お問い合わせフォーム](#) よりご連絡ください。