

フェムトセル関連市場と 事業戦略の展望

NEW

第1回報告書「市場／業界／ビジネスモデル」編

—— 次世代ホームICT市場のコアサービスを徹底分析 ——



フェムトセル市場の動きが風雲急を告げています。超小型基地局として開発されたフェムトセルですが、最近ではデッドスポット解消というよりも、ホームICTの中核という位置付けが世界の共通認識となってきました。

商用化の動きも本格化。北米や欧州、台湾に続き、国内ではドコモが本格サービスに踏み切りました。2010年は各国で続々と登場するでしょう。

本プロジェクトは、フェムトセルを取り巻く市場環境や事業モデル、エコシステム、企業戦略の検証を始め、関係者／消費者アンケートによる定量分析など、多様なアプローチを集中的に実施、フェムトセル関連ビジネスの具体像と事業機会を明らかにするものです。

その第1弾が、今回ご案内の「市場／業界／ビジネスモデル編」です。国内でいち早く、フェムトセルに関する調査を手がけてきた弊社のリソースと情報網を生かし、フェムトセルから派生するビジネスチャンスを浮き彫りにします。

世界的に急浮上するフェムトセルをトリガーにした、お客様の新事業を確かなものにするために、ぜひ本調査レポートをご活用下さい。

「フェムトセル関連市場と事業戦略の展望・第1回報告書」の内容は、次頁をご覧ください

※ご参考用として、弊社webに見本ページをご用意しました。webからお問い合わせもいただけます。

情報流通ビジネス研究所ホームページ <http://www.isbi.co.jp/>

- 発行日 「フェムトセル関連市場と事業戦略の展望」第1回報告書 2009年11月18日（初版第1刷）
- 頒 価 本体価格95,000円（税込価格：99,750円・宅配便送料サービス）
- 体 裁 全194ページ・図表全126点・A4変型判・表紙カラーPP加工・本文白黒
- 企画発行 株式会社 情報流通ビジネス研究所
- お申込み 本パンフレットの最終ページ（裏表紙）がお申込書フォームになっております。コピーして必要項目をご記入の上、FAXで弊社まで送信してください。弊社よりお申込み確認のメールを送信いたします。
- 商品発送 お申込みから発送までに1～2営業日かかります。発送翌日の午前中着便でお届けいたします。
- お支払い 発送商品にご請求書・納品書を同封いたします。内容をご確認の上、弊社指定銀行口座までお振込み下さるよう、お願いいたします（法人でのご購入に限ります）。

■お問合せ/
お申込先は



情報流通ビジネス研究所
Info-Sharing Business Institute, Ltd.

TEL 046-271-2323 FAX 046-271-2324 HPからもお問合せいただけます
〒242-0006 神奈川県大和市南林間2-18-23 長尾会計1F

フェムトセル関連市場と事業戦略の展望 Vol.1
 第1回報告書「市場/業界/ビジネスモデル編」
 レポート内容(全194ページ)

1. フェムトセルの概要

- 1-1 フェムトセルの基本コンセプト
- 1-2 フェムトセルの登場とその背景
 - 1-2-1 マクロセル基地局の小型化トレンド
 - 1-2-2 マクロセルによるホームゾーンの限界
 - 1-2-3 屋内無線データ通信の需要増大
 - 1-2-4 アクセス系トラヒックの分散
- 1-3 フェムトセルの基本的特徴
- 1-4 携帯電話ネットワークの構成とフェムトセル
- 1-5 コアネットワークおよび呼制御
 - 1-5-1 Iub型
 - 1-5-2 UMA型
 - 1-5-3 IMS型
- 1-6 基地局としての導入効果
 - 1-6-1 フェムトセルとマクロセル設置数
 - 1-6-2 フェムトセルのコストパフォーマンス
 - 1-6-3 データ速度とコスト削減効果 25
 - 1-6-4 フェムトセルの普及率とコスト削減効果
 - 1-6-5 試算から得られるメッセージ
 - 1-6-6 試算結果の留意点
- 1-7 フェムト・フォーラムの試算
- 1-8 ホーム市場攻略ツールとしての潜在力

2. 仕様化/標準化動向

- 2-1 フェムト・フォーラム
 - 2-1-1 フェムト・フォーラムとその活動
 - 2-1-2 HNBアーキテクチャの承認
- 2-2 3GPP 36
 - 2-2-1 Release8における3Gフェムトセル
 - 2-2-2 既存端末に対する無線アクセス制御
 - 2-2-3 Release9に向けた策定作業
 - 2-2-4 Release8とRelease9ドラフトとの比較
 - 2-2-5 通信サービス提供時のハンドイン/アウト
 - 2-2-6 Release 10に向けた動き
 - 2-2-7 SON(Self Organizing Network)
 - 2-2-8 フェムトセルとSON
 - 2-2-9 自己最適化による電波干渉回避
- 2-3 ブロードバンド・フォーラム
 - 2-3-1 宅内機器遠隔管理プロトコル「TR-069」
- 2-4 OSGi/その他
 - 2-4-1 OSGiサービス・プラットフォーム
 - 2-4-2 OSGiとホームゲートウェイ
 - 2-4-3 DLNAのブロードバンド対応

3. FMCトレンドと海外オペレータの動向

- 3-1 FMCサービスの概要
 - 3-1-1 サービス融合/統合ネットワークの実現
 - 3-1-2 統合コンセプトにおける発展経緯
- 3-2 FMC本格化の背景
 - 3-2-1 固定事業者の伝統的モデル変革
 - 3-2-2 携帯電話事業者の統合化ニーズ
 - 3-2-3 FMCに対するユーザーの受容性
- 3-3 次世代FMCの中核——IMS/NGN
 - 3-3-1 NGNとFMC
 - 3-3-2 NGNを巡る動き
 - 3-3-3 FMCA
- 3-4 NGNアーキテクチャ/IMSの動向
 - 3-4-1 NGNの定義とその特徴
 - 3-4-2 IMSの特徴——網側での制御権確保
 - 3-4-3 SIPによるセッション制御とサービス処理フロー
 - 3-4-4 UMAの動向
- 3-5 欧州オペレータのFMC動向 ①BT
 - 3-5-1 BTにおけるコアネットワークのIP化
 - 3-5-2 BTの初期FMC「OnePhone」と頓挫
 - 3-5-3 Bluetooth対応で始まったBT Fusion
 - 3-5-4 BT Fusionの失速とその要因
 - 3-5-5 RIM端末による統合ソリューション
- 3-6 欧州オペレータのFMC動向 ②フランステレコム
 - 3-6-1 軌道に乗るオレンジの「Unik」
 - 3-6-2 Livebox普及をテコにUMA推進
 - 3-6-3 家庭は無線LAN、フェムトセルは企業向け
- 3-7 欧州携帯オペレータのFMS動向 78
 - 3-7-1 テレフォニカO2「Genion」の源流
 - 3-7-2 固定網の高速化に対応した「Surf@home」
 - 3-7-3 FMC対抗策としてのFMS戦略
 - 3-7-4 音声定額サービスとFMSの変容
 - 3-7-5 ホームゾーン+BB回線のバンドル
- 3-8 北米オペレータのFMC動向
 - 3-8-1 パッケージ型バンドルサービスの登場
 - 3-8-2 ネットワーク型バンドルへの移行
 - 3-8-3 曲折を辿ったベライゾンの「Iobi」
 - 3-8-4 SBCの統合メッセージング・サービス
 - 3-8-5 新生AT&Tと固定・移動の統合

- 3-8-6 T-モバイルのUMAによる「FMS」
- 3-9 FMC/FMSの課題とフェムトセル
 - 3-9-1 ホームゾーンの通話品質
 - 3-9-2 サービスのコスト構造
 - 3-9-3 地方エリアにおける収益性
 - 3-9-4 料金戦略のスピード感

4. フェムトセルをめぐる通信業界の動き

- 4-1 各国通信事業者の動向
 - 4-1-1 導入の道筋が見え始めた2009年
 - 4-1-2 Release9で商用フェムトセル活発化
 - 4-1-3 一様でない各国のサービスコンセプト
 - 4-1-4 コアの高度化スケジュールの差異
- 4-2 米国通信事業者の動向
 - 4-2-1 米国オペレータによる早期商用化の背景
 - 4-2-2 2G対応フェムトセルの真意
 - 4-2-3 「商材」以前の基地局ソリューション段階
 - 4-2-4 2008年のフェムトセル販売数
 - 4-2-5 AT&Tの3Gフェムトセル本格商用化が焦点
 - 4-2-6 スプリントのAirave
 - 4-2-7 Airave開始の意義
 - 4-2-8 3Gへの対応とIMSとの統合
 - 4-2-9 モバイルWiMAXとフェムトセル
 - 4-2-10 ベライゾンのNetwork Extender
 - 4-2-11 AT&Tの3G MicroCell
 - 4-2-12 米国市場で初めての3G対応
 - 4-2-13 iPhoneのデータ通信トラヒックを分散
 - 4-2-14 IPTV用STBとフェムトセル統合へ
 - 4-2-15 CATV業界とWiMAXフェムトセル
 - 4-2-16 Embarqの複数事業者対応フェムトセル
- 4-3 欧州通信事業者の動向
 - 4-3-1 ボーダフォンの「Vodafone Access Gateway」
 - 4-3-2 サービスコンセプトと料金の齟齬
 - 4-3-3 屋外型「メトロフェムトセル」コンセプト
 - 4-3-4 テレフォニカO2
 - 4-3-5 商用サービス開始時期を2010年に先送り
 - 4-3-6 T-モバイル
 - 4-3-7 デュアルモードFMCとの両天秤
 - 4-3-8 フランステレコム
 - 4-3-9 デュアルモードFMC推進に転換
- 4-4 国内携帯電話事業者の動向
 - 4-4-1 3GPP Release9とともに本格始動
 - 4-4-2 NTTドコモ
 - 4-4-3 事業者設置で慎重な滑り出し
 - 4-4-4 ビジネスモデルと料金の問題意識
 - 4-4-5 在圏トリガーによる世界初のサービス
 - 4-4-6 世界初の付加価値は在圏トリガーから
 - 4-4-7 公共ゾーンにおけるフェムトセルの優位性
 - 4-4-8 目標100万が海外導入機運を刺激
 - 4-4-9 フェムトセル基軸の国際戦略性
 - 4-4-10 ソフトバンク
 - 4-4-11 欧米事業者ライクな姿勢から出発
 - 4-4-12 iPhoneでデータ通信トラヒックが激増
 - 4-4-13 投資回収に必要な市場のスケール
 - 4-4-14 フェムトセルのプラットフォーム化
 - 4-4-15 フェムト・プラットフォーム事業への期待
 - 4-4-16 KDDI
 - 4-4-17 無線LANデュアル端末FMCを支持
 - 4-4-18 デュアル機とFMC実需の乖離
 - 4-4-19 「ゼロ×ゼロ」シナリオの見晴らし
- 4-5 アジア通信事業者の動向
 - 4-5-1 スターハブ
 - 4-5-2 台湾における通信事業者
 - 4-5-3 中国における通信事業者
 - 4-5-4 韓国における通信事業者
 - 4-5-5 SKテレコム
 - 4-5-6 KT (KTF)
 - 4-5-7 フェムトセル技術でHuaweiとMoU

5. フェムトセル・ベンダーの動向と展望

- 5-1 フェムト専門ベンダーの登場
- 5-2 Ubiquisys(ユビキシス)
 - 5-2-1 早期からUMA/IMS対応に着手
 - 5-2-2 多様な企業との提携関係を構築
 - 5-2-3 HGWコンセプトにgoogleが着目
 - 5-2-4 フェムトセルによる全自動ポッドキャスト
 - 5-2-5 台湾SerComm製HGWIにフェムト統合
- 5-3 ip.access (アイピーアクセス)
 - 5-3-1 BTS小型化トレンドを起点に活動
 - 5-3-2 固定FMC対抗策としてOyster訴求
 - 5-3-3 ピコセル脱却でVCが売上4倍を期待
 - 5-3-4 シスコやクアルコムも戦略的投資
 - 5-3-5 携帯事業のデータMoU向上を訴求

- 5-4 Airvana(エアバナ)
 - 5-4-1 CDMA無線ソリューションから出発
 - 5-4-2 3G CDMAフェムトセルを軸に展開
 - 5-4-3国内CDMAフェムトセルで日立と提携
- 5-5 picoChip(ピコチップ)
 - 5-5-1 3G/WiMAXインフラチップから参入
 - 5-5-2 GSMからLTEまでの各方式をラインアップ
 - 5-5-3 フェムトセル部品価格の劇的下落を予想
 - 5-5-4 商用本格化で加速するVCの期待感
- 5-6 Airwalk(エアウォーク)
 - 5-6-1 企業向けフェムトセルを重視
 - 5-6-2 固定事業者のFMC市場に照準
 - 5-6-3 CDMAからIMSコアのLTEフェムトへ
 - 5-6-4 統合ソリューションでTango/Tataraと協力
- 5-7 大手総合ベンダーの動向と展望
 - 5-7-1 フェムト専業と総合ベンダー間の提携
 - 5-7-2 「フェムト・エコシステム」形成の背景
 - 5-7-3 フェムト一体型HGWと大手の参入動機
- 5-8 大手総合ベンダーの事業展望
 - 5-8-1 フェムト装置と総合ベンダーの収益性
 - 5-8-2 総合ベンダーにおける商品ポジション
 - 5-8-3 フェムトにぶら下がるビジネスの多様性
 - 5-8-4 長期ビジョンを欠いた海外先行事例
 - 5-8-5海外進出のテストベッドたる国内市場
 - 5-8-6 フェムトセルにおける国内勢の優位性
 - 5-8-7 国内における早期の事業モデル確立

6. フェムトセルのマーケット像とビジネスモデル

6-1 フェムトセル装置市場の展望

- 6-1-1 フェムトセル装置の販売形態
- 6-1-2 エリア構成技術の革新とフェムトセル
- 6-1-3 フェムトセル装置の市場特性
- 6-1-4 世帯数/BB回線数と市場規模
- 6-1-5 フェムトセル装置の市場イメージ
- 6-1-6 白物家電とフェムトセルの市場特性
- 6-1-7 フェムト機器の年間市場スケール
- 6-1-8 売り切り方式の金額市場スケール
- 6-1-9 機器ベンダーとフェムト単体ビジネス
- 6-1-10 通信事業者からみた売り切り方式
- 6-1-11 ネットワーク技術の革新とフェムト流通
- 6-1-12 LTEへの移行とレンタル方式の利点
- 6-1-13 無料工事に形を変えた購入補助金

6-2 フェムトセル周辺の市場展望

- 6-2-1 周辺機器/サービスの潜在性
- 6-2-2 フェムトセル初期フェーズの事業性
- 6-2-3 国内のショーケース化と国際進出
- 6-2-4 新旧混在コアにおける導入と国際展開
- 6-2-5 ネットワークとユーザーの内外差
- 6-2-6 ICT領域に踏み込むフェムトセル事業
- 6-2-7 テレコムに閉じたモデルの矮小性
- 6-2-8 フェムトセルとICTエコシステムの形成
- 6-2-9 携帯事業者のBtoBtoCプラットフォーム
- 6-2-10 MVNOとフェムトセルの相違点
- 6-2-11 無線LANとフェムトセルの比較軸

レポート掲載図表一覧(全126点)

図表1	フェムトセルの基本コンセプト	図表63	ベライソンの「Network Extender」
図表2	屋外型マクロセルとフェムトセルの外観	図表64	Network ExtenderのGPSユニットと拡張アンテナケーブル
図表3	屋外型マクロセルとフェムトセルの比較	図表65	AT&Tの「3G MicroCell」
図表4	基地局ゾーンの狭小化	図表66	AT&T「3G MicroCell」の他社比較
図表5	フェムトセルと携帯電話コアネットワーク	図表67	3G MicroCell本体および同梱品
図表6	TVの「ながら視聴」調査結果	図表68	ボーダフォンのアルカテル・ルーセント製「Access Gateway」装置
図表7	3Gネットワークとフェムトセルの接続構成イメージ	図表69	フェムトセルの事業者設置フロー
図表8	無線アクセスポイントを用いたFMCソリューションのタイプ	図表70	マイエリアの登録端末数
図表9	宅内装置による各FMC提供方式のメリットおよび課題点	図表71	ドコモのフェムトセル対応機種
図表10	試算の前提	図表72	在圏トリガーを用いた「イマスカ機能」
図表11	コスト試算の条件	図表73	家電連携デモ(Wireless Japan2009)と三菱製フェムト装置
図表12	マクロセル基地局の月間運用コストモデル	図表74	ソフトバンクの実証実験で使用したフェムトセル
図表13	データ速度別の加入者当たり年間費用の節減効果	図表75	ソフトバンクにおけるIMSフェムト・コアと3Gコアの統合
図表14	フェムトセルの普及率と加入者あたりの年間コスト節減	図表76	ソフトバンクのコアネットワーク・アーキテクチャとフェムトセル
図表15	フェムトセル価格による費用節減効果(128kbpsストリーミング)	図表77	携帯電話とフェムトセルを軸にしたホーム・セキュリティ
図表16	フェムトセル導入目的とマーケットスケール/ノランザクシヨンのイメージ	図表78	OSGiプラットフォーム搭載フェムトセルと新規ビジネスの創造
図表17	フェムト・フォーラム参画企業(ベンダー)	図表79	フェムトセルのプラットフォーム化と企業参入機会
図表18	フェムト・フォーラム参画企業(オペレータ)	図表80	スターハブのHuawei製フェムトセル装置
図表19	フェムトセルへコア間インターフェースについての合意内容	図表81	MWC2009におけるWiMAXフェムトセルの展示(SOLID Technologies社)
図表20	Home Node Bおよびアーキテクチャ	図表82	KTのWiBroフェムトセル「Home AP」
図表21	ドコモ「ホームU」の設定ソフト	図表83	Ubiquisysのフェムトセル装置「ZoneGate」
図表22	TR-069のシステム構成要素	図表84	Ubiquisysの訴求するフェムトセル・アプリケーション
図表23	TR-069関連プロトコルとフェムトセル	図表85	Ubiquisysの主な提携/資金調達/OEM先等
図表24	TR-069による宅内機器遠隔サポートのフロー	図表86	ZoneGateにおける各種自動設定・最適化
図表25	OSGiサービス・プラットフォームのロードマップ	図表87	PodSyncの利用イメージ
図表26	OSGiフレームワークによるホームゲートウェイ	図表88	Ubiquisysのフェムトを統合したSerCommのHGWF2C210UJ
図表27	TR-069とDLNA/UPnPプロトコルの接続実験	図表89	フェムトHGW/携帯/カメラ/モニタの連携デモ
図表28	国内外におけるFMC関連の動き(1994-2003年)	図表90	ip.accessのOyster 3Gフェムトセル・アクセスポイントと主な仕様
図表29	国内外におけるFMC/NGN関連の動き(2004-2005年)	図表91	Ciscoのルーターとip.accessのOyster 3Gフェムトセル(MWC2007)
図表30	ネットワーク統合コンセプトの発展経緯	図表92	ip.accessの展示(MWC2009)
図表31	各レイヤー/サービスにおける統合化構造と事業者にとっての意義	図表93	ip.accessの想定する3つの発展段階
図表32	FMCAの設立目的・活動内容	図表94	フェムト経由による携帯とWEBサービスの連携(MWC2007)
図表33	NGNの定義と標準化対象	図表95	Airvanaの取扱製品群
図表34	NGNにおけるサービス付与機能と転送機能の分離	図表96	Airvanaの「HubBub」フェムトセルおよびゲートウェイ
図表35	NGNアーキテクチャの概要	図表97	Airvanaのフェムトセル・ゲートウェイ「UAG-1200」
図表36	IMSにおけるネットワーク・アーキテクチャ	図表98	MWC2009のAirvanaブース
図表37	IMSにおける端末識別・登録およびセッション管理	図表99	MWC2009における日立ブースのAirvana製フェムトセル
図表38	UMIによる同一端末での宅内～屋外ハンドオーバー	図表100	MWC2009のpicoChipブース
図表39	欧米主要オペレータのFMC/FMSサービス	図表101	picoChipの「PC302」SoC
図表40	BTにおけるネットワークのIP化ステージ	図表102	MWC2009におけるWiMAX用ベースバンドチップ「PC205」の展示
図表41	固定回線交換/固定IP/移動通信におけるコア要素の比較	図表103	picoChipのWiMAX用フェムトセルボード
図表42	BT Fusionのイメージと初期Bluetooth対応端末	図表104	LTEフェムトセル用評価ボード
図表43	BT Fusionの料金および他社比較	図表105	picoChipの主な投資ファンド
図表44	UMIによるFMCサービス提供オペレータ	図表106	「Airwalk EdgePoint」フェムトセル
図表45	Liveboxの仕様	図表107	企業のFMC代替を狙う「EdgePoint PRO」
図表46	企業向けUnikの展開国とサービス開始時期	図表108	MWC2009でのホームGW接続端末(NECブース)
図表47	Unikの導入効果	図表109	MWC2009パナソニック・ブース
図表48	Unikの収益モデル	図表110	IMSコアとフェムトのインテグレーション事業例
図表49	独O2における携帯電話参入当初のシェア推移(1999年Q2～2004年Q4)	図表111	NECフェムトセルのプレゼン(MWC2009)
図表50	ドイツにおける携帯電話オペレータのMoU推移と比較	図表112	パナソニックのフェムトセル装置(MWC2009)
図表51	「Surf@home」のサービス・イメージ	図表113	家電連携時の端末表示(MWC2009・パナソニック)
図表52	米国主要オペレータにおける固定・携帯バンドプランの登場	図表114	MWC2009における日立のプレゼン
図表53	ベライソンの「iobi Home」利用画面	図表115	MWC2009に出展された日立のCDMAフェムトセル(Airvana製)
図表54	SBCの「Unified Communications service」	図表116	MWC2009の日立ブース
図表55	米通信市場の買収・合併	図表117	国内ブロードバンド加入数推移(2005年度～2008年度)
図表56	「T-Mobile@Home」のワイヤレスルーターとアダプタ	図表118	電気冷蔵庫の国内出荷推移
図表57	米国における2Gネットワーク・カバレッジ(2006/9)	図表119	電子レンジの国内出荷推移
図表58	米国における2.5G/3Gネットワーク・カバレッジ(2006/9)	図表120	ドコモ「ホームU」のサービス・イメージ
図表59	スプリント・ネクステル「AIRAVE」のサービス・イメージ	図表121	フェムトセル配下の各種機器イメージ
図表60	AIRAVEフェムトセルの仕様	図表122	フェムトセルの導入フェーズと想定アプリケーション
図表61	スプリントが提供するAiraveフェムトセルのイメージ	図表123	ICT関連企業とフェムトセルによる事業機会の創出
図表62	サムソンの「Ubicell」とスプリントのCDMAコアネットワーク構成	図表124	フェムトセルの普及拡大イメージ

お申込用紙は、このパンフレットの最終ページにございます。FAXにてお申込み下さい
 インターネットでも詳細をご案内しております。見本ページも用意しました。お問い合わせも下記webからどうぞ(24時間対応)
 情報流通ビジネス研究所ホームページ <http://www.isbi.co.jp/>

フェムトセル集中調査プロジェクト VOL.1
「フェムトセル関連市場と事業戦略の展望」市場調査報告書シリーズ
—— 第1回報告書「市場/業界/ビジネスモデル」編 ——

ご購入お申込み書

※このページをコピーして、必要項目をご記入の上、FAXで下記まで送信してください。

株式会社 情報流通ビジネス研究所 企画調査グループ・フェムトセル担当 行

FAX番号 046-271-2324

「フェムトセル関連市場と事業戦略の展望」第1回報告書「市場/業界/ビジネスモデル」編を下記の通り、購入申し込みます。

※部分は、ご連絡やお問合せ対応上、必要になりますので、必ずご記入ください。

※お申込日	年 月 日	※お申込み部数	冊
※御社名			
※部署名			
※所在地 (送付先)	〒 ー		
※お名前	フリガナ		
	※御購読者ご本人のお名前をご記入下さい	お役職	
※連絡先	※E-mail	※お申込みの確認メールをお送りいたしますので、正確に大きくはっきりとご記入ください	
	※お問合せ対応等に使用しますので、必ず御購読者ご本人とのご連絡先をご記入ください	※TEL	※FAX
	※携帯電話/PHS/IP電話の番号は承れません		
年に3-4回、弊社から最新レポートのご案内を差し上げてよろしいですか？ (丸で囲んでください)	1. 必要ない	2. 情報通信に関するレポートなら案内を送付可 →	パンフ郵送を希望 / メールでのお知らせを希望
		3. モバイル関連のレポートに限り案内を送付可 →	パンフ郵送を希望 / メールでのお知らせを希望
		4. フェムトセル関係レポートに限り案内を送付可 →	パンフ郵送を希望 / メールでのお知らせを希望

※以下は、ご購読者とお申込者/ご請求先が異なる場合のみご記入ください

お申込者連絡先・ 請求先ご担当者 など	お名前			フリガナ	
	部署名			E-mail	※お申込み確認メールをお送り致しますので、正確に大きくはっきりとご記入ください
	連絡先	TEL			

通信欄

御見積書が必要な場合やご意見等ありましたらご記入ください。
 ※なお、本シリーズ「フェムトセル集中調査プロジェクト」Vol.2以降の内容詳細を弊社HPに掲載しております。ぜひご覧ください。