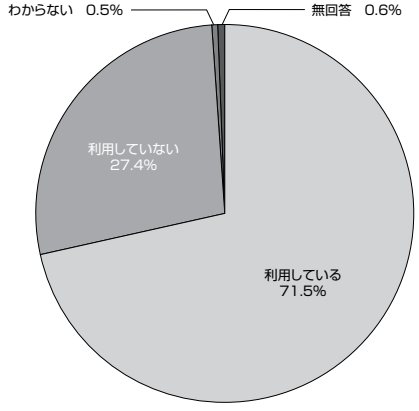
第3章 携帯電話/PHS利用者

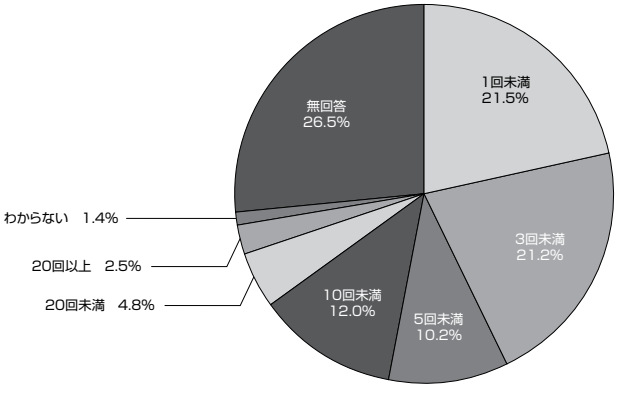
情報サービス　利用率は2割減る

資料1-3-38 情報サービスの利用有無 N=793



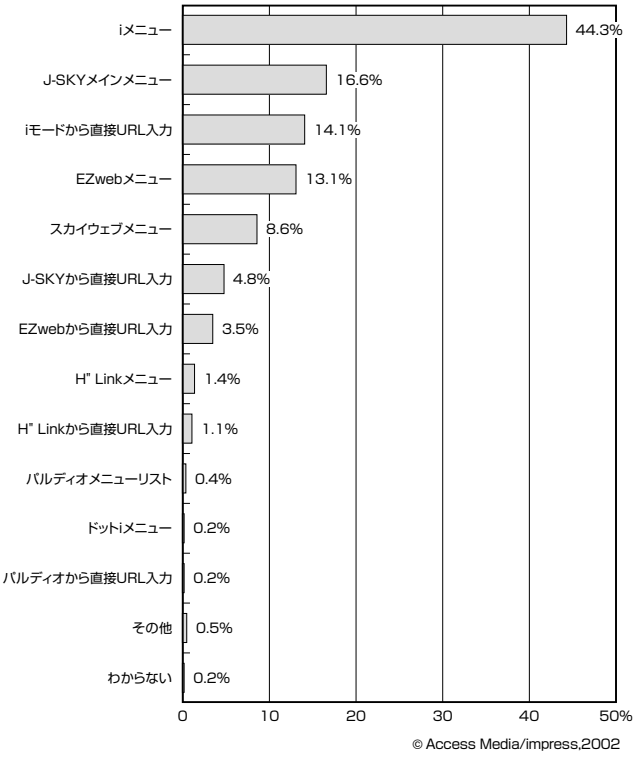
© Access Media/impress,2002

資料1-3-39 情報サービスの1週間当たりの利用頻度 N=567



© Access Media/impress,2002

資料1-3-40 情報サービスサイトへのアクセス手段 N=567



© Access Media/impress,2002

解　説

■情報サービス

iモードが登場した1999年当時と比較すると、今日では約1000社を超えるコンテンツプロバイダーがひしめき合い、多種多様の情報サービスが提供されている。しかし情報サービス利用は、昨年の94.3%から約2割減少し、71.5%となった。今年増加した60代をはじめとする高年齢の利用者は、利用歴1年未満のエントリー層で用途数も少ない。したがって「通話機能」を主な用途とし、利用率の高い「電子メール」と「情報サービス」も利用することは少なく、今回の減少に影響を及ぼしている。また、エントリー層以外の利用者も、多種多様な情報が存在することはわかっていても、目的の情報までいきつく方法がわからないために利用していないものと推測される。

情報サービスの1週間当たりの利用頻度は、「1回未満」（21.5%）と「3回未満」（21.2%）がそれぞれ20%を超え、拮抗している。年代別では、30代の利用頻度が高く、「無回答」率も低いことから、定期的に情報サービスを利用しているユーザーであることがわかる（資料1-3-39）。

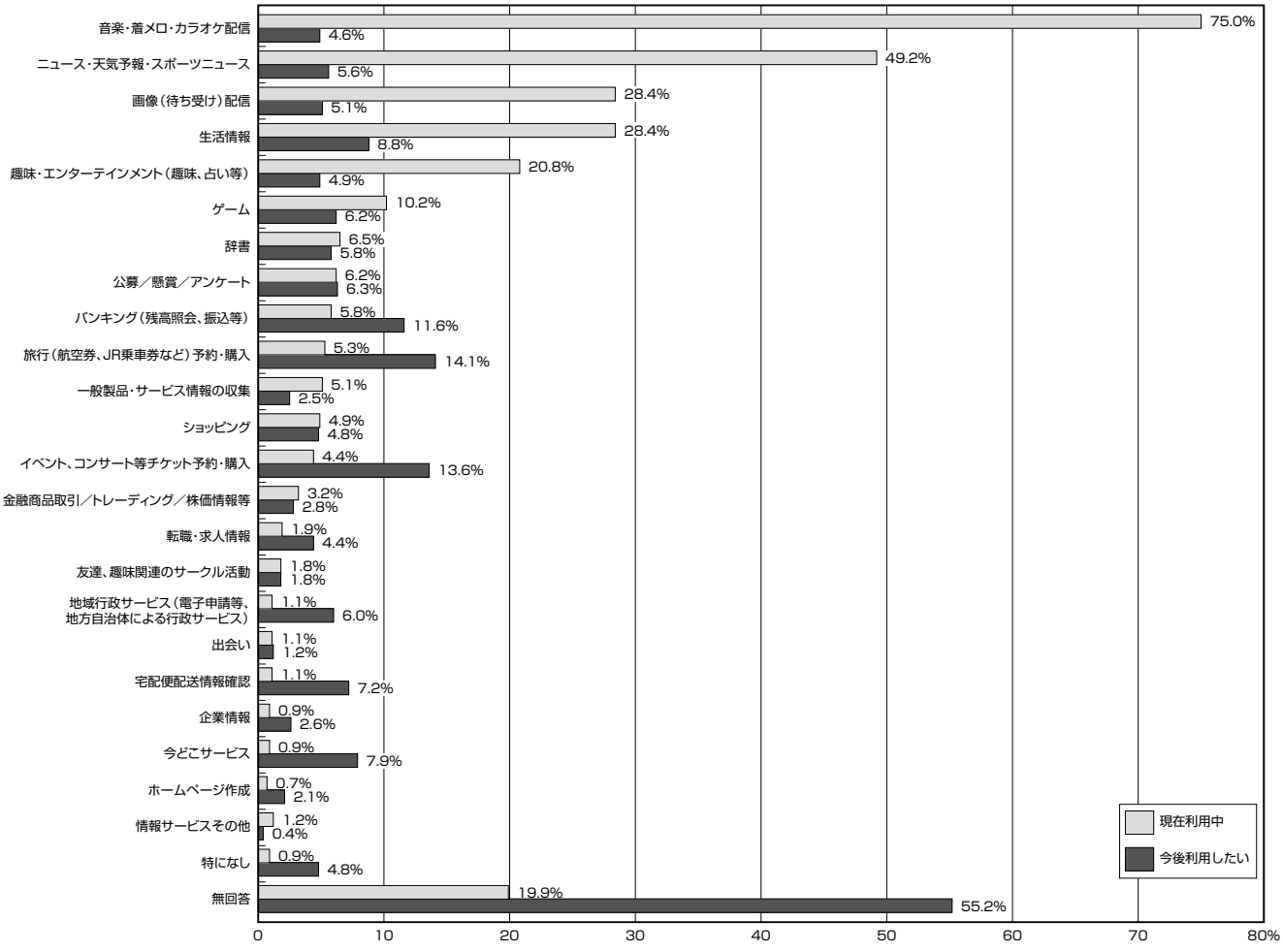
携帯電話/PHSからの情報サービス利用には、メニュー画面から選んでサイトにアクセスする方法と、パソコンのブラウザーのように直接URLを入力して指定のサイトへ飛ぶ2種類の方法が主流である。最近の広告などには、消費者がウェブにアクセスできるようにURLが表記されていることが多いが、携帯電話/PHS対応のURL表記も増えている。しかしながら今のところURLを直接入力する方法は浸透していない（資料1-3-40）。そのためURLを入力せずにサイトへ誘導する新しい方法が数社から紹介され始めている。

現在利用中のジャンルは、昨年同様

インターネット白書／ ©1996-2012 Impress R&D

ゲーム転落、ニュースが増加

資料1-3-41　情報サービスの利用ジャンル（現在/今後） N=567



© Access Media/impress,2002

解　説

「音楽・着メロ・カラオケ配信」(75.0%)、「ニュース・天気予報・スポーツニュース」(49.2%)、「画像（待ち受け）配信」、「生活情報」(28.4%)、「趣味・エンターテインメント（趣味、占い等）」(20.8%)と20%を超える定番のジャンルである(資料1-3-41)。今年は、昨年5割を占めていた「ゲーム」が10.2%と転落し、代わりに「ニュース・天気予報・スポーツニュース」が49.2%と増加した。

上位のジャンルを性別でみると、女性は携帯電話/PHSならではのサービスジャンル「音楽、着メロ・カラオケ配信」「画像（待ち受け）配信」「生活情報」が相対的に高く、男性は「ニュース・天気予報・スポーツニュース」と「バンキング（残高照会、振込等）」が高い。年代別では、10代、20代の若年層でエンターテインメント色の強い「音楽、着メロ・カラオケ配信」「画像（待ち受け）配信」「ゲーム」が相対的に高く、30代以上では実用的な「ニュース・天気予報・スポーツニュース」「生活情報」「辞書」が高い。また昨年からの傾向であるが、50代、60代以上の高年齢層では「バンキング」「金融商品取引/トレーディング/株価情報」の利用率が高い。2001年は物品販売などを含むモバイルショッピングが始動したため選択肢に加えてみたところ、60代以上の高年齢層が試していることがわかった。

今後利用したいのは、パソコン利用者同様「旅行予約・購入」(11.6%)、「イベント、コンサート等のチケット予約・購入」(13.6%)、「バンキング」(11.6%)などで、列に並ばずに簡単に手に入れられるサービスへの要望が高い。

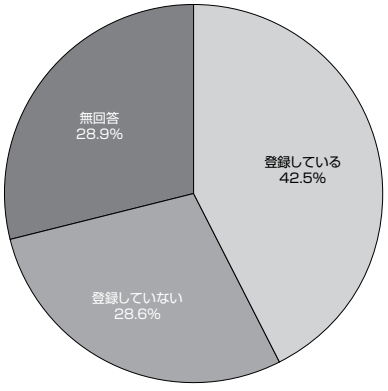
（丸山由紀　アクセス メディア インターナショナル株式会社）

インターネット白書／ ©1996-2012 Impress R&D

第3章 携帯電話/PHS利用者

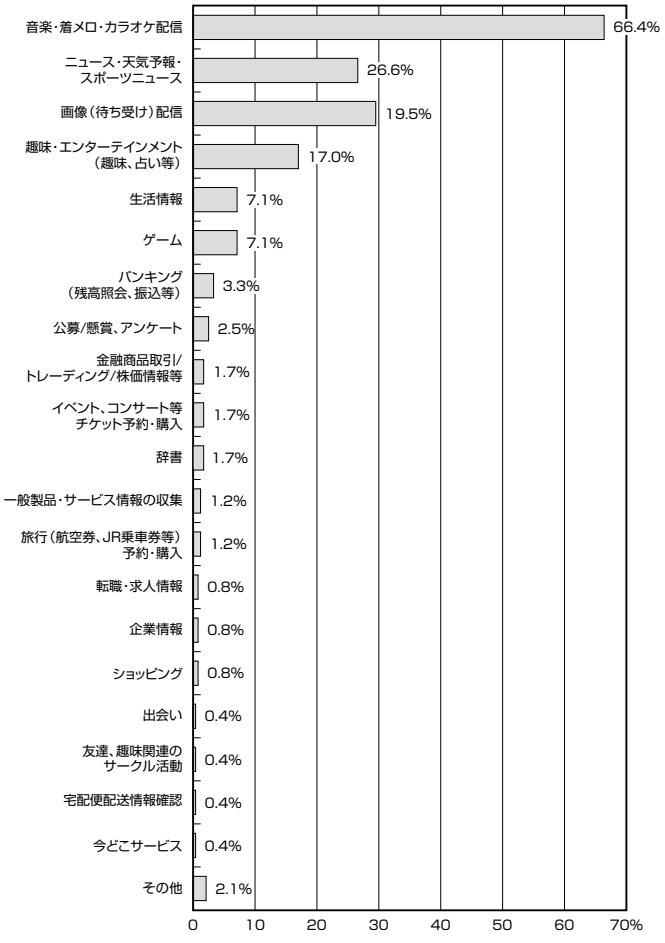
情報サービス 有料情報は音楽・着メロ

資料1-3-42 有料情報サイトの利用登録有無 N=567



© Access Media/impress,2002

資料1-3-43 有料情報サービスの利用登録ジャンル N=241



© Access Media/impress,2002

解 説

今年から携帯電話/PHS利用者に有料情報サイトへの利用登録有無について聞いている（資料1-3-42と1-3-43）。

「登録している」は42.5%と高い。通信サービス会社の提供しているサービスだけでなく、別に提供されている有料サービスを活用している利用者も多いことがわかった。

登録している有料情報サービスのジャンルは、現在利用中の情報サービスのジャンル（97ページの資料1-3-41）と同様の結果となった。

1位の「音楽・着メロ・カラオケ配信」は、機種本体に内蔵してあるものや、通信サービス会社から無料で提供されるものなどが存在するが、登録楽曲数や種類、音色など、個人の趣味、趣向に合わせてコンテンツを提供する有料サイトに登録する利用者も66.4%いる。

特に10代の登録率が高く、コンテンツプロバイダーも若年層マーケットへターゲットを絞りながらサービス展開を試みているようである。

携帯電話/PHSによる情報サービスを今後ワールドワイドに展開することを考えた場合、着メロは言語の壁を超え、コンテンツプロバイダーが提供できる万国共通のサービスとして期待されるジャンルである。

（丸山由紀 アクセス メディア インターナショナル株式会社）

インターネット白書／ ©1996-2012 Impress R&D

Internet White Paper ARCHIVES
インターネット白書
ARCHIVES
1996, 1997, 1998, 1999, 2000

［インターネット白書ARCHIVES］ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

http://IWParchives.jp/

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

●記載されている内容（技術解説、データ、URL、名称など）は発行当時のものです。

●収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者（執筆者、写真・図の作成者、編集部など）が保持しています。

●著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。

●このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。

●収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元（株式会社インプレスR&D）などの情報をご明記ください。

●オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D（初期は株式会社インプレス）と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先 | 株式会社インプレスR&D | ✉ iwp-info@impress.co.jp

©1996-2012 Impress R&D, All rights reserved.