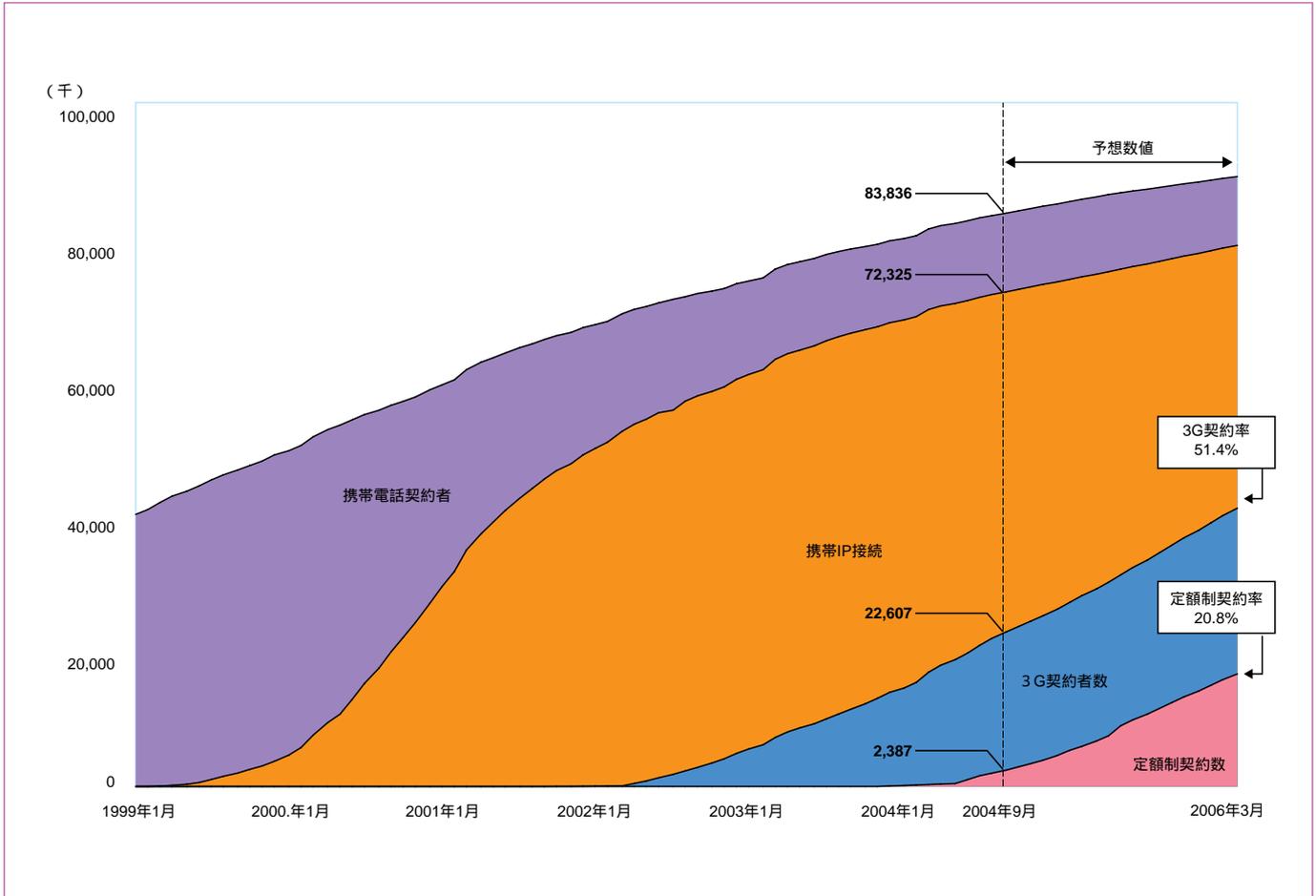


2006年3月、3G携帯電話は4069万、 パケット定額制は1645万契約に達する。

携帯電話の加入者数推移とIP接続、3G、定額制利用者の推移予測



出所 社団法人電気通信事業者協会発表資料および各社発表資料を元にモバイル・コンテンツ・フォーラムが予測 (『ケータイ白書 2005』)

カメラ機能の人気による端末の買い替え需要が一段落し、コンシューマー向け携帯電話市場は全体が頭打ちのまま、第三世代(3G)への移行が進んでいる。

モバイル・コンテンツ・フォーラム(MCF)の予測では、3Gの契約数は2004年9月末で2260万件だが、2006年3月末には4069万に達し、携帯IP接続サービス(携帯インターネット)の51.4%と過半数を占めるようになって見ている。同時にパケット通信料金の定額サービスの契

約は1645万に達し、20.8%を占めて普及期に入るといふ。2004年9月末ではドコモとauとで238万だが、ポータフォンでも定額サービスが開始され、対応端末も増加することから、2005年の1年間で307%と利用が加速すると予測している。

3Gと定額制が普及すれば、携帯電話から情報サービスに気兼ねなくアクセスできるようになるため、コンテンツの利用やコマースといった「ネットビジネス」の拡大を期待する声は多い。定額制利用

者と非利用者の使い方を聞いた調査でも、オンラインショッピングや情報サービスの利用に大きな差が見られた。

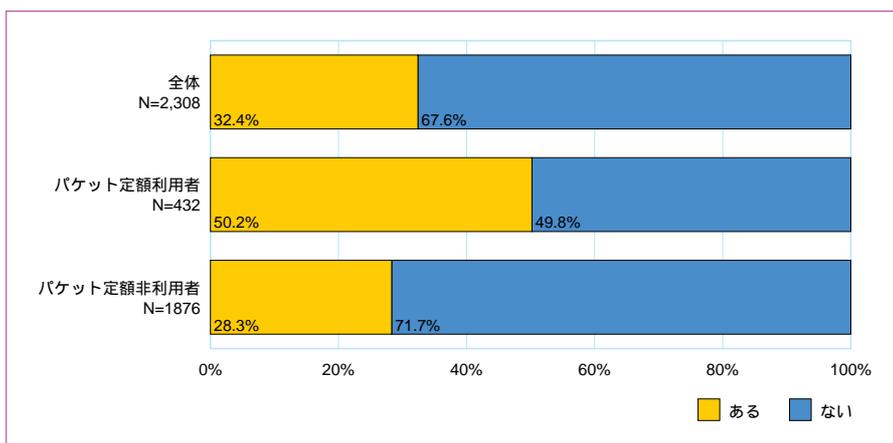
しかし、携帯電話業界の現状は厳しい。開発コストの増大から3G端末の価格がなかなか下がらないこと、情報サービスの利用者が若年層に偏っていること、通信事業者による制約が多いことなど、携帯電話が「電話」ではなく「メディア」として定着するためには、多くの課題を解決しなければならない。

携帯電話による情報サービスの利用回数[パケット定額利用者と非利用者別]



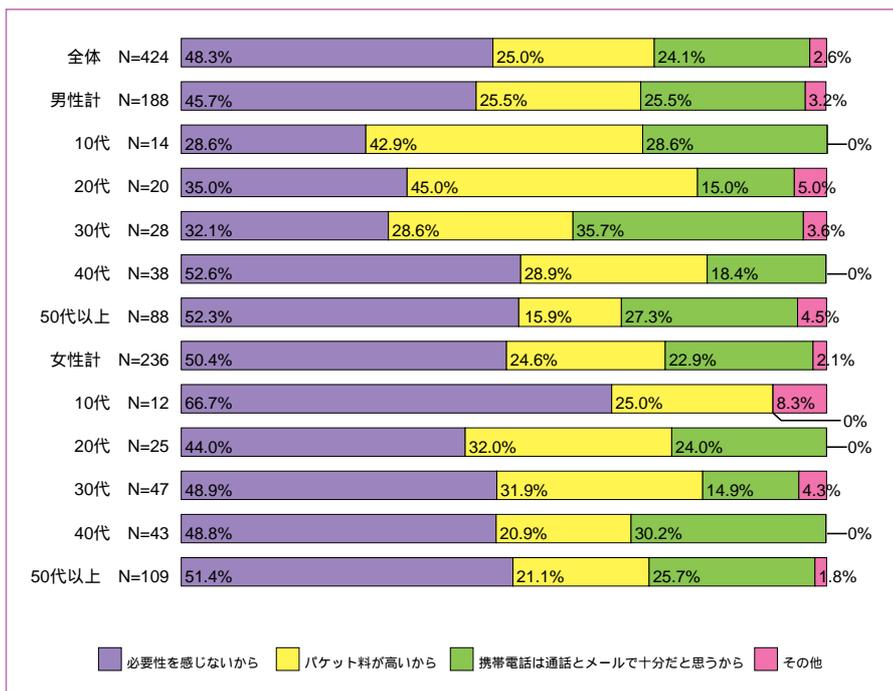
情報サービスの利用経験者に回数を聞いたところ、定額制利用者では30.5%が週に20回以上使うヘビーユーザーである。非利用者は22.3%が週に一度も使っていない。

携帯電話によるショッピングの利用[パケット定額利用者と非利用者別]



携帯電話でのショッピングサービスの利用経験は、定額制非利用者では28.3%にすぎないが、定額制利用者では50.2%と両者の間に大差が見られた。

非利用者が携帯電話による情報サービスを利用しない理由[年代別と性別]



情報サービスを使わない理由は「必要性を感じない」が48.3%とサービスが定着していないことがわかる。10代、20代の男性にはパケット料の高さが壁になっている。

出所 『ケータイ白書2005(インプレス刊)』
 調査対象：インターネット機能が付いている携帯電話を利用している男女個人
 最終有効回答数：2308サンプル
 調査期間：2004年10月
<http://internet.impress.co.jp/books/2048/>



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

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、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)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、写真の撮影者、イラストの作成者、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収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用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する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時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の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。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp