

各 位

2008 年 11 月 28 日
株式会社インプレス R&D
モバイル・コンテンツ・フォーラム
<http://www.impressRD.jp/>

日本のケータイの平均ダウンロード速度は 302kbps 国内最大規模の調査と専門家の寄稿でモバイルビジネス新時代を展望する 『ケータイ白書 2009』発刊

インプレスグループで法人向け情報コミュニケーション技術関連メディア事業を手掛ける株式会社インプレス R&D(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:井芹昌信)およびモバイル・コンテンツ・フォーラム(事務局:東京都渋谷区、座長:東邦仁虎)は、最新のモバイル利用動向を詳細に解説する書籍『ケータイ白書 2009』を、12 月 8 日(月)に発刊いたします。

『ケータイ白書』は、独自のユーザー調査と専門家の寄稿により、インターネット化が進む携帯電話市場やモバイルビジネスの最新動向を解説し、今年で 5 年目になります。2009 年版では初めて、ユーザーの協力のもと、携帯電話のダウンロード速度を計測する「モバイルスピード調査」を実施。その結果、日本のケータイの平均ダウンロード速度を 302kbps(*1)と発表いたします。

本白書では、モバイルスピード調査のほか、個人の携帯電話利用者 3000 人に向けた実態調査(*2)、スマートフォンユーザー1000 人に向けた実態調査(*3)、モバイル・コンテンツ・フォーラムによる 3.5G・パケット定額制の市場予測や、法人 PHS・携帯電話の利用実態調査、企業のモバイルウェブサイト調査など、300 点以上の独自調査データを掲載しています。

また、専門家の寄稿により、モバイルコンテンツやモバイルコマースの市場規模解説、認証・課金など通信プラットフォームの将来像、LTE(3.9G)や WiMAX といった次世代高速ネットワークの動向、「Google Android」をはじめとするモバイル OS の解説など、2009 年以降の業界を展望する話題を網羅しています。

インプレスR&Dでは、『ケータイ白書 2009』に掲載しきれなかった調査の詳細分析をまとめた『ケータイ利用者動向調査 2009』や「モバイルスピード調査」の詳細なデータの発売も予定しています。

(*1)Flash1.1 対応携帯電話を対象とし、計測結果は端末アクセスシェアの補正をかけた値。下記「モバイルスピード調査」参照 (*2) 調査設計・分析:株式会社インプレス R&D インターネットメディア総合研究所。調査対象:携帯電話や PHS でウェブサイトの閲覧やメール利用を行う 11 歳以上の男女個人。対象地域:全国。調査手法:携帯電話上でのインターネット調査(携帯電話のみでのインターネット利用者)およびパソコン上でのインターネット調査(携帯電話・PHS とパソコンの両方の機器でのインターネット利用者) (*3) 調査設計・分析:株式会社インプレス R&D インターネットメディア総合研究所。調査対象:スマートフォンを利用している ImpressWatch 読者 対象地域:全国。調査手法:パソコン上でのインターネット調査

<<『ケータイ白書 2009』モバイルスピード調査>>

■日本のケータイの平均ダウンロード速度は 302kbps

本調査では、ユーザーが日常でモバイルウェブサイトを使っているときに体感するスピードを計測するため、株式会社インプレス R&D のモバイルスピード調査計測サイト(<http://r.impressrd.jp/mst>)にアクセスしてもらい、Flash を使った 90KB のデータをユーザーがダウンロードして携帯電話端末での処理が終わるまでの時間を計測しています。2008 年 10 月初旬から 3 週間で収集した有効データ 5 万 9714 件から算出した結果、ダウンロード平均速度は 301.8kbps(*1)となりました。メガビットクラスの実測値が出る固定ブロードバンドに比べ、日本のモバイル環境はまだブロードバンド化前夜と言えます。

ダウンロード速度は端末や通信方式によって大きな差があり、au の EV-DO Rev.A 端末では、521.0kbps、ドコモの HSDPA 端末では 439.1kbps、ソフトバンクの HSDPA 端末では 203.7kbps となっています。これら 3.5G 端末に対し、3G 端末では 100kbps 台のスピードにとどまっています。

『ケータイ白書 2009』では、通信方式別や利用時間帯別、端末別の詳細データを掲載しています。今後、3.5G の普及と 2010 年以降に登場すると言われている LTE(3.9G)の動き、端末の進化などによりダウンロード速度は大きな変化が予想されるため、インプレス R&D では、このモバイルスピード調査を今後も継続して行う予定です。

<<『ケータイ白書 2009』市場予測 >>

■パケット定額制と 3.5G は 2009 年に 5000 万へ、ようやく携帯電話市場の半数規模へ

ダウンロード速度に大きく影響する通信規格別の市場をみると、2008 年 9 月時点で 3G 契約は 8973 万件(*5)となり、携帯電話市場全体の 89.3%を占めています。3.5G は携帯電話市場全体の 36.8%を占め、3860 万契約(*5)となっています。また、コンテンツの利用に大きな影響を与えるパケット定額制の契約数は、2008 年 9 月時点で 3973 万(*6)と携帯電話市場の 37.9%を占め、3.5G と定額制は、ほぼ同規模になりました。モバイル・コンテンツ・フォーラムでは、2009 年 3 月に 3.5G が 5000 万件を超え、50%近くを占めるまでになり、また、2009 年 9 月には 3.5G も 5338 万契約と、携帯電話市場の 50%近くになると予測しています。高速環境の浸透と定額制の普及が 2009 年以降も同時に進行すると考えられます。

(*5) 社団法人電気通信事業者協会発表 (*6) 各社資料を参考にモバイル・コンテンツ・フォーラムで推計

<<『ケータイ白書 2008』個人利用動向注目の調査結果>>

■キャリアの満足度は au が 1 位、ドコモとソフトバンクは向上、乗り換え先ではソフトバンクが 1 位

今年の個人利用調査では、主に昨年の調査結果との比較により、この 1 年の利用実態の変化をみています。現在の通信サービス会社の満足度を 5 点満点の加重平均でみると、au が昨年同様 1 位ですが、昨年の 4.07 から 3.98 へと 0.09 ポイント低下しています。一方、2 位のドコモは 3.68 から 3.82 へと 0.14 ポイントの上昇、ソフトバンクも 3.55 から 3.73 へと 0.18 ポイント上昇しています。今後通信サービス会社を変更する可能性のあるユーザーは 25.6%で、そのうち乗り換え先は「わからない」が 64.0%と 3 分の 2 を占めますが、ソフトバ

ングに乗り換える率が 14.2%と、au の 10.0%、ドコモの 9.6%にわずかながら差をつけています。

■1 台の端末を利用する期間が長期化、端末価格は 3 万円以上が昨年の 5.4%から 24.6%へ

この 1 年で販売奨励金が見直され、端末・通信料金の分離プランが浸透したことは、個人の携帯電話利用者の動向に大きな影響を与えています。現在の機種を 1 年以上使い続けているユーザーは、昨年の 47.3%から 55.8%へ大きく上昇しました。また、今後の買い替え予定では、具体的な買い替え時期を指定している比率が昨年の 44.2%から 35.9%へと低下、「時期は決めていないが買い替える予定はある」(34.9%)と「買い替える予定はない」(29.2%)を合わせた比率は昨年より 8.1 ポイント上昇しており、買い替えサイクルは長期化していると言えます。端末の購入価格(分割払いの場合は実質的な負担額)では、3 万円以上の合計が、昨年の 5.4%から 24.6%と大きく上昇。5 万円以上でも 10.5%と 1 割を超えており、販売奨励金の見直しによる端末高価格化の傾向が現れた結果となりました。

■ワンセグ機能利用率は昨年 17.5%から今年 35.8%、GPS 機能付き機種の保有も初めて 50%超える

ワンセグ視聴機能付き携帯電話・PHS の保有率は 45.6%(昨年は 19.2%)と半数近くになりました。ワンセグ機能の利用率も全体の 35.8%となり、昨年の 17.5%から大きく上昇しています。また、GPS 機能付き端末の保有率は、昨年の 45.6%から今年は 55.3%と初めて半数を超えました。GPS 機能の利用率は 22.6%と昨年の 16.4%から 6.2 ポイントの上昇ですが、「対応している携帯電話を持っているが、利用したことはない」が 31.1%あり、対応機種保有者の 4 割程度しかまだ GPS のサービスを利用していないことがわかりました。

■女性 10 代のケータイ SNS 利用率は 42.2%、動画の視聴は 29.6%。着せ替え機能は 29.4%

モバゲータウン、mixi、GREE など携帯電話における SNS の利用率は、昨年の 14.8%から今年は 19.0%と 4.2 ポイント上昇しています。利用率が最も高いのは、女性 10 代の 42.2%であり、男性 20 代、女性 20 代が 35.2%で続きます。パソコンとの併用状況では、「パソコンでの利用が多い」が昨年の 57.1%から 12.1 ポイント減少し 45.0%、「携帯電話での利用が多いが、パソコンでも利用している」が昨年の 10.1%から 10.9 ポイント上昇し 21.0%となりました。36.7%は携帯電話での SNS 利用が中心となっています。

携帯電話で動画を視聴しているのは 29.6%で、昨年の 25.1%から 4.5 ポイントの上昇となりました。ただし「有料のものを視聴している」と答えたのは、わずか 2.1%で、27.5%は「無料のもののみ利用している」と回答しています。性年代別では女性 10 代が 52.8%、男性 10 代が 49.7%と続き、年代が上がるにつれて利用率は低くなっています。

今年は初めて、通信サービス事業者のポータルサイトの画面をユーザーがカスタマイズできる「着せ替え」機能の利用状況も聞きました。「有料のものを利用している」(6.0%)と「無料のもののみ利用している」(23.4%)を合わせた 29.4%がすでに利用していると回答しています。

<<『ケータイ白書 2008』スマートフォン利用動向調査>>

■利用しているスマートフォンは、Advanced W-ZERO3[es]が 1 位、iPhone 3G が 2 位にランクイン

スマートフォン利用者を対象にした調査では、使用機種ランキングに大きな変化がみられました。1 位は昨

年同様「Advanced W-ZERO3[es]」(26.8%)ですが、2位は2008年7月に発売された「iPhone 3G」(23.7%)です。3位は昨年2位の「W-ZERO3[es]」で、昨年の25.3%から9.1%へと低下、昨年3位の「W-ZERO3」(今年5位)は16.7%から6.5%へと低下しています。一方、新機種「WILLCOM 03」が8.3%で4位、「EMONSTER」が6.5%で5位に、それぞれ初登場しています。

■キーボードの魅力が低下し、タッチパネルが上昇、「ブランド」重視は昨年の6.2%から17.6%へ

スマートフォンの購入の際に魅力を感じていた機能は「フルブラウザ・パソコン用ウェブサイトの閲覧」(78.3%)、「無線LAN」(56.9%)、「ソフトやプログラム、アプリのインストールやダウンロード」(54.7%)が昨年と変わらずトップ3を維持していますが、4位の「キーボード」が昨年の61.7%から今年50.6%と11.1ポイントも低下しています。一方、上昇したのは、「タッチパネル」で、昨年の41.8%から43.7%へと1.9ポイントの上昇です。

機能以外で重視した点では、「デザイン」が61.8%で最も高く、昨年の56.2%から5.6ポイント上昇したほか、「ブランド」も昨年の6.2%から17.6%へと11.4ポイントの急伸となりました。「iPhone 3G」の登場は、スマートフォン市場全体の拡大にはまだつながっていないものの、商品の選択には大きな影響を与えているものとみられます。

『ケータイ白書 2009』概要



監 修 : モバイル・コンテンツ・フォーラム
発 売 日 : 2008年12月8日
仕 様 : A4変型判/本文424ページ/CD-ROM1枚付属
定 価 : [本体6,800円+税]
発 行 : 株式会社インプレスR&D
I S B N : 978-4-8443-2637-3

※ 本書独自調査データのグラフ画像(GIF形式)全303点を収録したCD-ROM付属。収録データは、出所を明記すれば、個人のレポートや社内文書、社外へのプレゼンテーションなどに自由にご利用いただけます。

◆ 本書の構成 ◆

巻頭カラー モバイルスピード調査結果発表/通信事業者別にみるモバイル業界の主な出来事

- 第1部 個人利用動向
- 第2部 企業利用動向
- 第3部 ビジネス動向
- 第4部 通信事業者動向
- 第5部 端末・技術動向
- 第6部 社会動向
- 第7部 海外動向

【巻末付録】

モバイルソリューション一覧、国内発売カラー対応機種機能一覧、国内発売スマートフォン機能一覧

◆ 主な調査内容 ◆

<個人>

携帯電話・PHS を初めて持った年齢
通信サービス会社の契約変更経験
現在の通信サービス会社の満足度
使用機種ランキング
現在利用している機種を購入する際に重視した機能
携帯電話・PHS の利用台数
1 台目と2台目を使い分ける理由
携帯電話・PHS 買い替えの際の通信サービス会社切り換え状況
1 か月に支払う携帯電話・PHS の料金
1 か月に支払う通話料金とパケット料金と有料コンテンツ料金の比較
SIM ロックに関する関心度
インセンティブモデル(0 円ケータイ)廃止論に対する関心度
割賦販売(端末料金の分割払い)の利用意向
コンテンツやウェブサイトの利用頻度
お試しコンテンツ利用後の有料コンテンツ登録状況
コンテンツやウェブサイトの探し方
携帯電話・PHS における検索サービスの利用シーン
ブックマーク(お気に入り)に登録している携帯電話・PHS サイトランキング
携帯電話・PHS におけるショッピングの利用率
携帯電話・PHS におけるショッピングで購入したことのある商品のジャンル
携帯電話・PHS におけるブログの認知度と利用状況
携帯電話・PHS におけるプロフサービスの認知度と利用状況
携帯電話・PHS における SNS の認知度と利用状況
携帯電話・PHS を利用する際に接した有害情報
フィルタリングの認知度・関心度[子どもの年代別]
位置情報確認サービスの利用率
ほか

<企業>

業務に利用している携帯電話・PHS の法人契約有無
携帯電話・PHS を支給している社員の種類
モバイルセントレックスの利用状況
モバイルウェブサイトの開設目的
モバイルウェブサイトの開設場所
モバイルウェブサイトの年間予算規模
ほか

【『ケータイ白書 2009』の販売方法】

- ・ 全国の書店、書籍・雑誌取り扱いの量販店、および Web 書店による販売
- ・ インプレス R&D ストアによる直接販売
<http://direct.ips.co.jp/kwp2009/>
お問い合わせ先:インプレスカスタマーセンター(営業時間 10:00-17:30 土日、祝祭日を除く)
〒102-0075 東京都千代田区三番町 20
TEL:03-5213-9295 FAX:03-5275-2443 電子メール: sales@ips.co.jp

【モバイル・コンテンツ・フォーラム】 <http://www.mcf.to/>

モバイル・コンテンツ・フォーラム(略称:MCF)は、モバイルビジネス環境活性化のため、モバイルコンテンツプロバイダー、キャリア、メーカー等の企業が参加して 1999 年に設立された業界団体。会員者数 296 社(2008 年 9 月 30 日現在)。

【株式会社インプレスR&D】 <http://www.impressRD.jp/>

インプレス R&D は、Web ビジネス関係者、ワイヤレスブロードバンド技術者、放送・通信融合およびデジタル家電関係者、IPv6 関係者、ICT を活用するビジネスマンなど、インターネットテクノロジーを核としたあらゆる分野の革新をいち早くキャッチし、これからの産業・社会の発展を作り出す人々に向けて、クロスメディア事業を展開しています。

【インプレスグループ】 <http://impress.jp/>

株式会社インプレスホールディングス(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:関本彰大、証券コード:東証 1 部 9479)を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「医療」「山岳・自然」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ+サービスを提供するメディア事業を展開しています。

【本件に関するお問い合わせ先】

《調査に関するお問い合わせ》

株式会社インプレス R&D インターネットメディア総合研究所 担当:柴谷、錦戸

《購入に関するお問い合わせ》

株式会社インプレス R&D インターネットメディア総合研究所 担当:林

〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

TEL:03-5275-1087 FAX:03-5275-9018

電子メール: im-info@impress.co.jp、URL: <http://www.impressRD.jp>