

プレスリリース  
本資料は、通産省記者クラブ及び情報  
通信記者クラブにおいてリリースして  
おります。

平成 14 年 3 月 12 日  
電子商取引推進協議会 ( ECOM )  
(株)情報通信総合研究所

第 1 回ワールドワイドモバイルインターネットサーベイプロジェクト  
**日韓モバイルインターネットユーザーアンケート**  
**日韓調査結果の発表(速報)**

**日韓ともに携帯電話をメール端末として多用  
韓国、若年層を中心にユーザーが拡大**

電子商取引推進協議会 ( ECOM 会長 張 富士夫 トヨタ自動車株式会社取締役社長 ) と株式会社情報通信総合研究所 ( 代表取締役社長 小原 暉章 ) は、第 1 回ワールドワイドモバイルインターネットサーベイプロジェクトに参加し、モバイルインターネット ( インターネット接続付き携帯電話 ) ユーザーに対する、韓国、香港、日本の同時アンケートを 2001 年 12 月に実施致しました。この度は、3ヶ国の中で、先に集計 / 分析を行った、日韓の調査結果をご報告します。

\* 本調査結果につきましては、3 月 13 日の ECOM Forum 2002 ( 主催 : 電子商取引推進協議会 ) において、電子商取引推進協議会 主席研究員 成瀬一明が「モバイル EC の利用状況と利用意向」と題して講演を行います。

( ECOM Forum2002 の詳細については <http://www.ecom.jp> をご覧下さい。 )

-----  
\* 第 1 回ワールドワイドモバイルインターネットサーベイプロジェクト

Worldwide Mobile Internet Survey ( 略称 WMIS ) とは、モバイルインターネット・サービスの普及促進のために、モバイルインターネットで提供されるべきコンテンツのあり方を探ることを目的とする世界規模のユーザー・アンケート調査である。

第 1 回調査は、韓国、中国 ( 香港 )、日本の 3 カ国が参加し、2001 年 12 月に実施された。調査手法は、パソコンを使った Web アンケートで、各国において、それぞれ現地の調査実施主体が自国語によるオープン・アンケート・サイトを設け、国民に広く告知して回答者を募った。

\* 本調査結果の速報は 3 月中旬発行予定の「 Infocom Review3 / 10 号」 ( (株) 情報通信総合研究所 ) において、日韓比較調査最終結果は「 ECOM モバイル EC ワーキング アンケート調査タスクフォース活動報告書」 ( 電子商取引推進協議会 ) に取りまとめる予定。

# 日韓モバイルEC ユーザーの比較

## 韓国ユーザーの動向に注目

### 日韓ともに携帯電話をメール端末として多用 韓国、若年層を中心にユーザーが拡大

2001年12月に、モバイルインターネットに関して、日本と韓国で同時アンケートを実施した。モバイルインターネット先進国、日本に急迫する韓国の動きにも注目し、携帯電話を利用したインターネットサービスに対する日韓それぞれのユーザーの利用動向と意識を比較・分析した。

#### 調査方法

#### 日韓合わせて、16,000名からの回答を収集

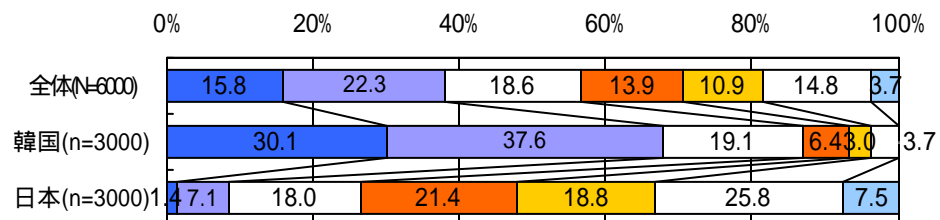
パソコンによるオープンWebアンケート調査。韓国では2001年12月3日～12月7日の5日間で13,310名(うち有効回答者数10,379名)、日本では2001年12月3日～12月17日の15日間で3,166名(うち有効回答者数3,021名)から、回答を得た。そして日韓各国の回答者から各3,000名を無作為抽出し、計6,000名を集計した。

#### モバイルインターネット利用状況

#### 韓国、若年層を中心にユーザーが拡大

回答者の年齢構成を見ると、日韓で大きな違いが見られた。韓国では、延世大学の学生からの回答が多かったこともあり、平均年齢は23.3歳。これに対し、日本の平均年齢は35.0歳。

《図1 回答者の年齢》

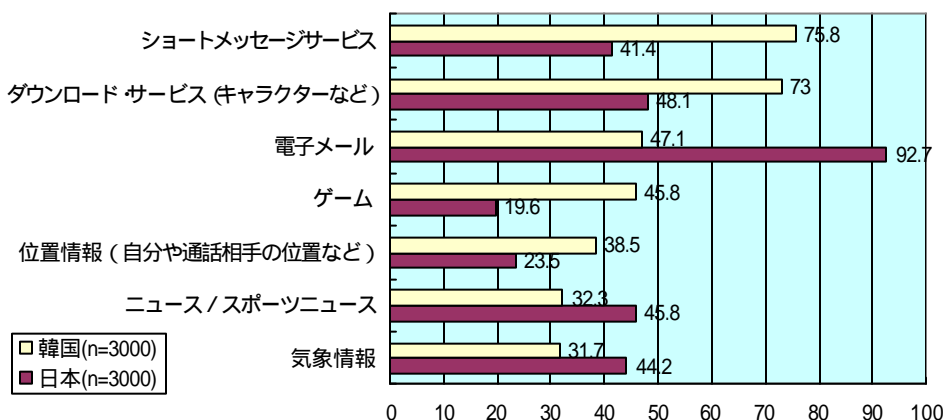


■ 20歳未満 ■ 20~25歳未満 □ 25~30歳未満 ■ 30~35歳未満 ■ 35~40歳未満 □ 40歳以上 ■ 不明

## 日韓ともに、携帯電話をメール端末として多用

現在利用しているサービスを全て選択してもらったところ、韓国では「ショートメッセージサービス」と「ダウンロードサービス(キャラクター、着信音など)」が、日本では「電子メール」92.7%が突出して多かった。韓国では、通信事業者の間で相互にショートメッセージを交換できることから、日本の電子メールとほぼ同じ感覚で文字情報を交換できるためと思われる。

《図2 現在利用しているモバイルインターネットサービス》



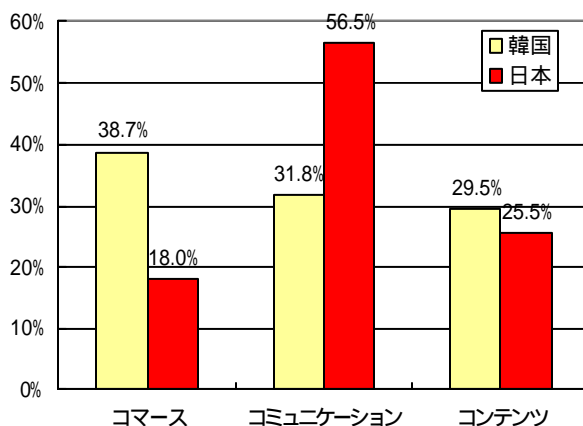
## 人気コンテンツ、韓国ではダウンロード系サービス、日本では情報系サービス

韓国では、日本より早い時期から固定網でのADSLが普及し、コンテンツのダウンロード利用が一般化していることが要因と考えられる。一方、日本ではユーザー層が幅広い年代にわたっており、ブラウザフォンは既に個人情報端末として普及・定着の時期にあるため、モバイル端末だけで完結するダウンロードサービスだけではなく、日常的に利用する情報系サービスの利用が多い。

《図3 コマース・コミュニティ・コンテンツ重視の度合い》

### コミュニケーションvsコマース

モバイルインターネットで提供されているサービスを、コマース(買い物、予約、株式売買など)、コミュニケーション(電子メール、掲示板、チャットなど)、コンテンツ(ニュース、天気、ゲーム)の3つのCに分類し重要度をきいたところ、韓国ではコマースが、日本ではコミュニケーションが重視されていた。



## モバイルECのサービス利用状況

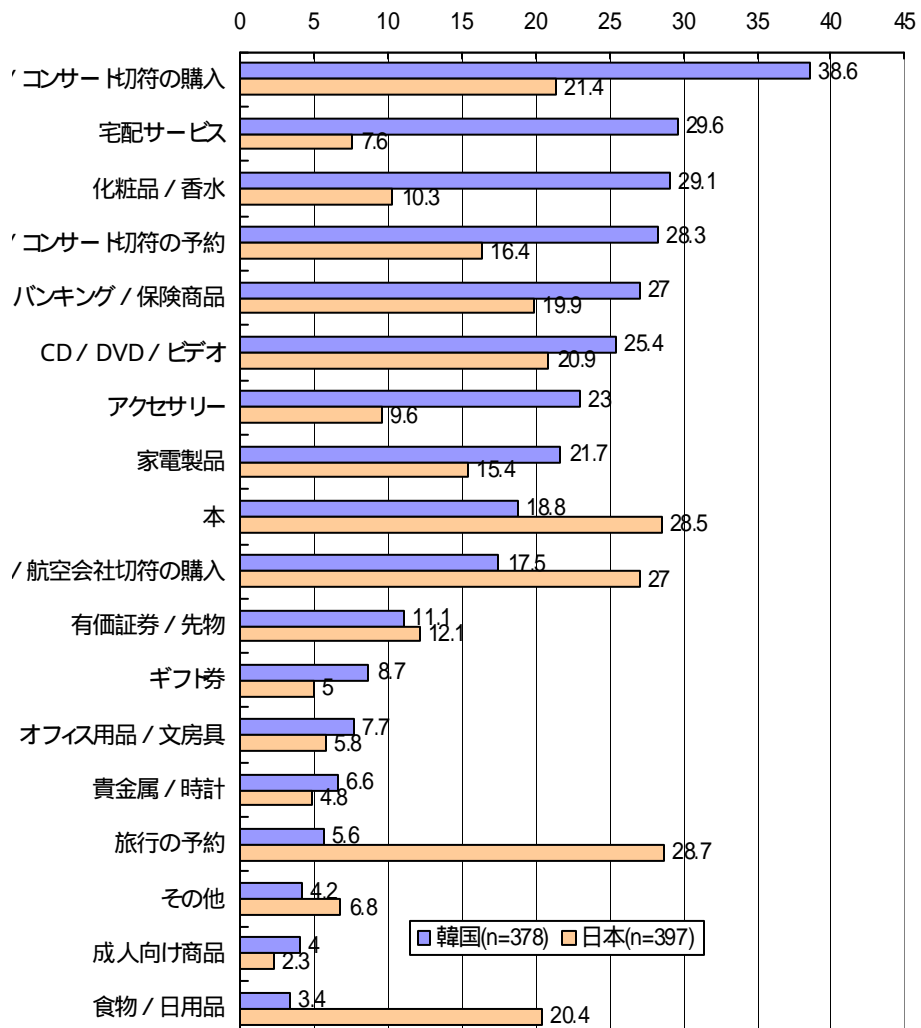
### 日韓ともモバイルEC利用経験者、10%強に留まる

モバイルインターネットを使用した商品やサービスの購入経験者は、韓国で12.6%、日本で13.2%にとどまり、まだ発展途上にある。

### 購入商品、韓国ではエンタメ系チケット、日本では旅行関連チケットが人気

モバイルインターネットで購入した商品を全て選択してもらったところ、韓国では1位「映画/コンサート切符の購入」、2位「宅配サービス」、3位「化粧品/香水」となっている。日本では1位「旅行の予約」、2位「本」、3位「鉄道/航空会社の切符の予約」となっている。

《図4 モバイルECでの購入商品》



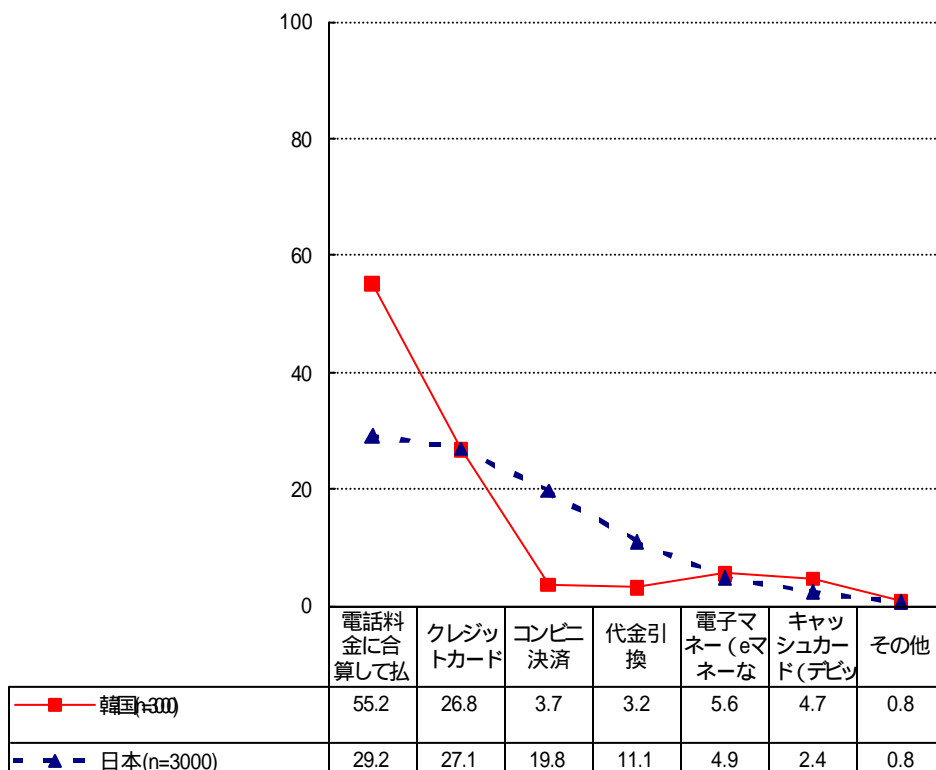
## モバイルEC利用意向

### 日韓ともに利用したい決済方法1位は、「電話料金に合算」

モバイルECで利用したい支払方法を1つだけ選択してもらった。韓国では、1位の「電話料金に合算」が半数を超え、2位の「クレジットカード」が26.8%、それ以外の支払方法は、いずれも10%に満たなかった。

日本では、1位「電話料金に合算」が29.2%、2位「クレジットカード」が27.1%、3位「コンビニ決済」が19.8%となった。「コンビニ決済」は日本では20%近いが、韓国では3.7%となり5位である。韓国では、リアルの買い物にはクレジットカード決済が日本以上に普及しているが、モバイルECでは、利用したいという回答者は日本より少なかった。

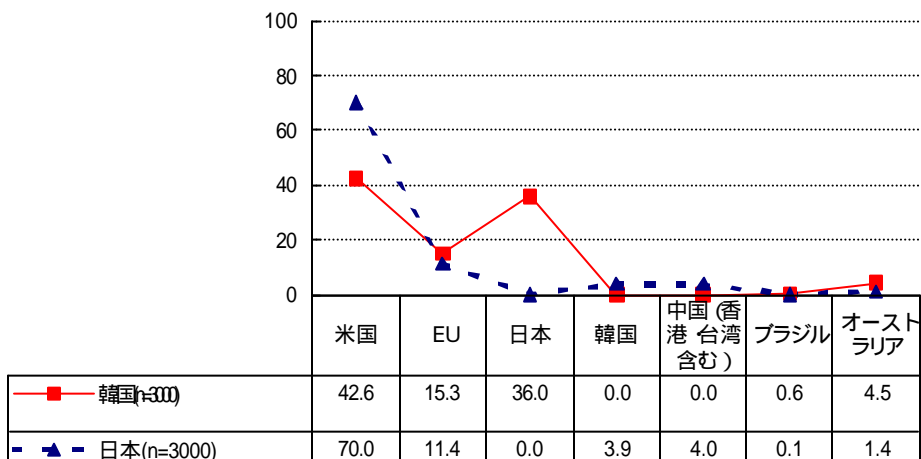
《図5 利用したい決済方法》



## 海外サイトの利用意向、日本は米国に偏る

海外アクセスの利用意向として、日本は米国に偏っているが、韓国のユーザーは米国と並んで日本のモバイルサイトに高い興味を示した。日韓での隣国に対する意識の違いが浮き彫りとなった。

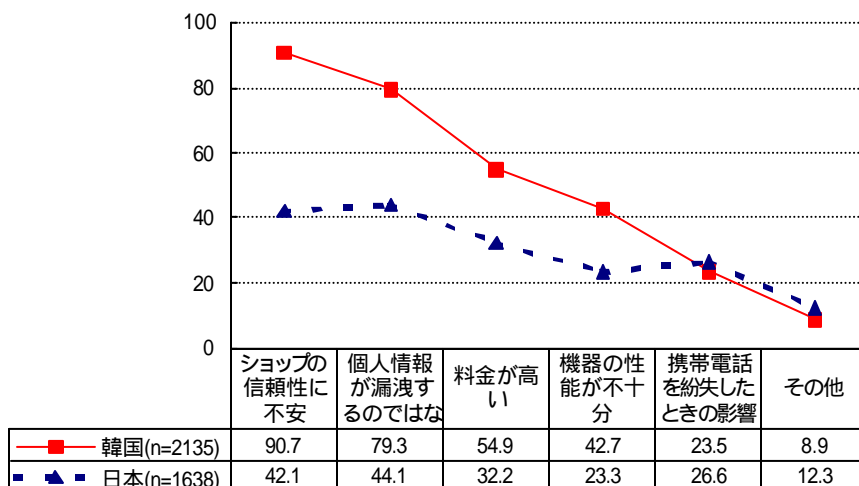
《図6 モバイルインターネットでアクセスしたい海外の国や地域》



## ショッピングの信頼性、個人情報の漏洩に対する不安、以前として高く

モバイルECを利用したくない理由として、韓国では特に「ショッピングの信頼性」をあげるユーザーが多い。

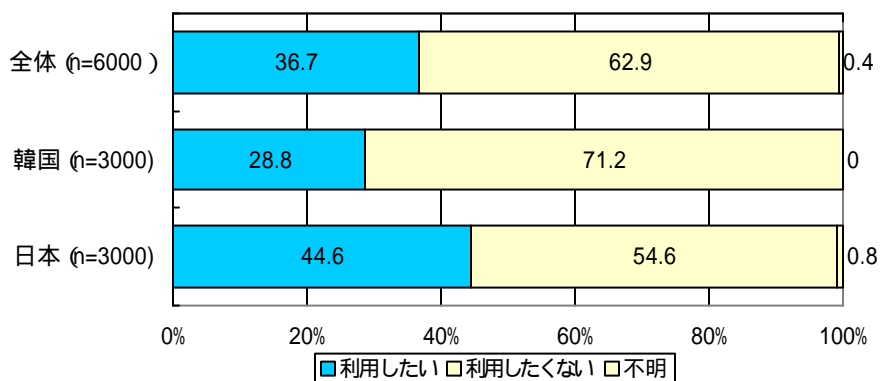
《図7 モバイルECを利用したくない理由》



## 日本のユーザーの半数近く、今後のEC利用意向を示す

日本のユーザーの半数近くが今後ECを「利用したい」との意向を示す一方で、韓国では、70%以上が「利用したくない」と回答した。

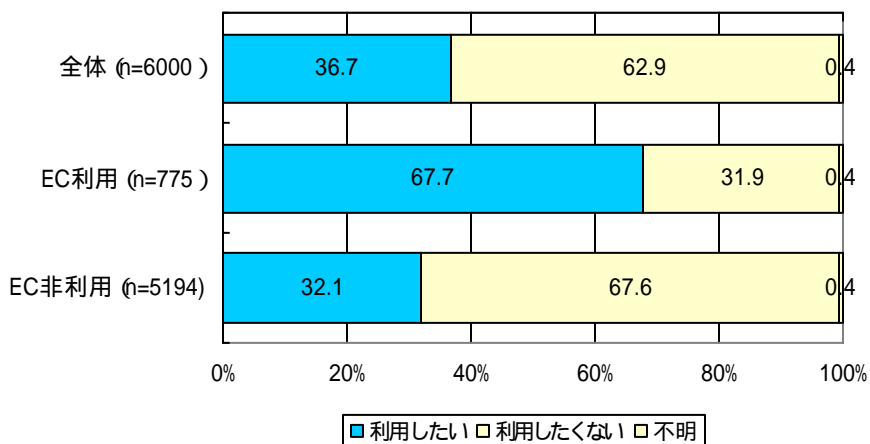
《図8 モバイルEC今後の利用意向》



## 使えば分かるモバイルECのよさ

モバイルEC 利用経験の有無別に見ると、モバイルEC 利用経験者のほうが今後の利用意向も高く、67.7%が「はい」と回答したのに対し、利用経験のない人は、67.6%が「いいえ」と回答した。

《図9 モバイルEC今後の利用意向（利用経験の有無）》



## 日韓モバイルEC普及への今後の課題

モバイルEC普及のためには、これまでにモバイルインターネットでの購入経験のない人を、できるだけ多く、モバイルECに誘導することが鍵となってくる。

韓国は、ダウンロード系のサービスについての利用経験、利用意向は高く、コンテンツ利用に対して料金を支払うことへの抵抗感は、コミュニケーション利用に対する抵抗感より少ない。しかしながら、モバイルECに関しては、現時点での利用経験率も1割強と少なく、今後の利用意向も3割弱に過ぎない。特にショップの信頼性や個人情報の漏洩に対する不安感が、モバイルEC利用の妨げになっている。現段階では、モバイルECを使った商品の購入より、コンテンツ系ECのほうが、より発展の可能性が高いと考えられる。

一方、日本は、モバイルインターネットが電子メールを中心としたコミュニケーション手段として広く定着してきている。これまでに利用したことのない、新しいサービスについて、ユーザーに「使ってみたい」と思わせるようなサービスを提供できるかどうか重要な時期にきている。モバイルECの利用経験は、韓国同様、あまり普及していないが、今後の利用意向は高いことから、魅力ある商品やサービスの提供、使い勝手のよいショップの運営が、今後の課題といえよう。

---

### 【問い合わせ先】

電子商取引推進協議会 (ECOM)

モバイルEC・WG 担当

主席研究員 成瀬 一明

主席研究員 太細 孝

E-Mail [info@ecom.or.jp](mailto:info@ecom.or.jp)

TEL03-3436-7500

Fax03-3436-7570

(株)情報通信総合研究所

情報流通ビジネス研究グループ

前田由美

E-Mail [maeda@icr.co.jp](mailto:maeda@icr.co.jp)

TEL03-3663-7569

FAX03-3663-7660