

「ユーザーは独自の基準でキャリア（iモード、EZweb、J-SKY）を選択」 －第1回 モバイル・インターネットの利用実態調査の結果について－

株式会社情報通信総合研究所（東京都中央区日本橋人形町2-14-10、代表取締役社長：藤田 潔）ではこの度、株式会社ディー・ツー コミュニケーションズ、株式会社インフォプラントの協力を得て、「iモード」「EZweb」「J-SKY」を活用した「第1回 モバイル・インターネットの利用実態《3社ユーザー比較調査》《iモードユーザー詳細調査》」調査を実施しました。その中から主な調査結果を報告いたします。

調査結果のポイント

《3社ユーザー比較調査》より

● iモードは「通話エリアの広さ」、EZwebは「基本料の安さ」、J-SKYは「メール料金の安さ」で選ばれている（図表1）

- ▶ 「iモード」「EZweb」「J-SKY」それぞれの選定理由を尋ねたところ、以下の違いが見られた
 - ▶ 「iモード」は1位「通話エリアの広さ」57.5%、2位「仲間が使っている」49.8%、3位「通信会社のブランド」31.1%
 - ▶ 「EZweb」は1位「基本料金が安い」59.5%、2位「通話品質がよい」31.0%、3位「通話料金が安い」27.5%
 - ▶ 「J-SKY」は1位「メール料金が安い」64.0%、2位「基本料金が安い」58.0%、3位「カメラ機能が使える」36.0%

● 「EZweb」ユーザーは「通話」利用率が高く、「J-SKY」ユーザーは「メール」利用率が高い（図表2）

- ▶ 「通話」「メール」「Web」の3つの機能について、利用時間比率を合計で100%になるように尋ねたところ、いずれのユーザーもメール比率が最も高かったが、「EZweb」ユーザーは「通話」比率が他2社より高く、「J-SKY」ユーザーは「メール」比率が他2社より高い
 - ▶ 基本料金や通話品質を重視する「EZweb」ユーザーは「音声通話」をよく利用し、メール料金やカメラ機能を重視する「J-SKY」ユーザーはメールをよく利用するという結果に

《iモードユーザー詳細調査》より

● パソコンとの併用ユーザーの方が、「iモード」の利用が活発（図表3、4）

- ▶ 「iモード」ユーザーの64%がパソコンでもインターネットを利用。「iモード」とパソコン併用ユーザーの方が、「iモード」の利用が活発
 - ▶ 「iモード」ユーザーがパソコンでインターネットを利用する場所として、最も多かったのは「自宅」で51.5%。モバイル端末や無線LANアクセス等を使って外出先でパソコンを使ってインターネット接続しているユーザーも1割弱。パソコンとの併用ユーザーの方が、通話、メール、Web閲覧のいずれも、利用が多い

● 「動画サービス」は若年層ほどニーズが高く、「決済サービス」は年代が高いほどニーズが高い（図表5）

- ▶ 今後利用したいサービスへのニーズは年代により違いが見られた。10代、20代のニーズが高いのは「動画」「高速データ通信」、30代は「テレビ電話」、40代以上は「高速データ通信」

調査概要

- (1) 調査名 モバイル・インターネット3社同時調査「第1回 モバイル・インターネットの利用実態 調査」
- (2) 調査方法 iモード、EZweb、J-SKYを活用したモバイル・アンケート調査
- (3) 調査期間 2002年8月5日(月)～8月19日(月)
- (4) 有効回答者数 iモード;3,000名、EZweb;200名、J-SKY;200名

※本調査は(株)情報通信総合研究所が企画し、(株)ディーツー コミュニケーションズに告知をご協力頂くとともに、(株)インフォプラントのモニター及びアンケートシステムを利用させて頂いて実施しました。

調査レポート(詳細版)のご案内

今回の調査のレポート(詳細版)は、10月中旬にMINホームページ(URL <http://www.commerce.or.jp/>)上で有料にて販売させていただく予定です。なお、下記のとおり予約申込を承っております。

(1)詳細版内容(予定)

第1部 iモードユーザー詳細調査編

- ・一日の電話発着信数/メールの発着信数/ホームページ閲覧時間
- ・良く見るページ/今後見たいページ
- ・携帯オンライン・ショッピング購入商品/購入金額/支払方法
- ・携帯オンライン・ショッピング問題点
- ・パソコンでのインターネット利用状況 他

第2部 3社ユーザー比較調査編

- ・電話/メール/webの利用時間比率
- ・通信会社の選択理由
- ・良く見るホームページ
- ・今後利用したい新サービス 他

(2)価格

定価 28,000円(税込:29,400円)

(3)予約申込方法

min@commerce.or.jp に以下の内容を明記してメールをお送り下さい(この時点では正式なお申し込みにはなりません)。販売の準備ができ次第、優先的にお申込みのご案内をさせていただきます。

(メール記載内容)

- ・件名:予約申込
- ・レポート名:第1回 モバイル・インターネットの利用実態 調査
- ・御社名:○○○
- ・ご担当者:○○○
- ・ご担当者連絡先:TEL○○○ E-mail○○○

「MIN (Marketing Interactive Network)」の概要

MINとは、生活者と企業や社会とをインタラクティブに結び、インターネット・マーケティングとサイバー・コミュニティの可能性を探るホームページです。 (<http://www.commerce.or.jp/>)

＊ウェブ・アンケートを始めとする様々なマーケティング・リサーチを行っています。

＊ウェブ・アンケート

＊モバイルインターネット・アンケート (ブラウザフォン・アンケート)

＊e-mail・レポート

＊リアルタイム投票 など

＊ECビジネスに関する情報提供、実証実験などを行っています。

＊(株) 情報通信総合研究所情報流通ビジネス研究グループは、調査研究及びコンサルティング事業のための テスト・プラットフォームとして、インターネット上でのマーケティングプロジェクト「MIN (Marketing Interactive Network)」を企画・運営しております。

株式会社情報通信総合研究所の概要

1985年6月に、国内外の情報通信に関する調査・研究を専門とするシンクタンクとして設立されました。固定通信や移動通信、インターネット・IT、通信と放送の融合から地域の情報化まで、情報通信の広範な分野にわたる調査研究、コンサルティング、マーケティング、出版事業などの活動を展開しております。 <http://www.icr.co.jp>

株式会社ディーツー コミュニケーションズの概要

株式会社ディーツー コミュニケーションズ(本社:東京都中央区 代表取締役社長:藤田明久)は、2000年6月1日、NTTドコモの子会社として、電通 NTTアドとともに設立されました。

世界初の本格的モバイル広告専門の会社です。 i モードの広告業務を専門とし、NTTドコモが運営する「週刊iガイド」を始めとする人気公式サイトや「メッセージフリー」などの広告業務と、企業キャンペーン情報のコンテンツ「とくするメニュー」の運営。その他モードを媒体とした各種コミュニケーションサービス、モバイルメディア市場の発展に寄与する活動全般を行なっています。 <http://www.d2c.co.jp>

株式会社インフォプラントの概要

株式会社インフォプラント(本社:東京都新宿区 代表取締役社長:大谷真樹)は、生活者の声をリアルタイムにフィードバックするために、オンラインリサーチサービス「DTR (デスクトップリサーチ)」事業を提供しています。そのスピードとデータの質には定評があり、調査実績No.1を誇ります。また、独自にテーマを設定し生活者の視点でインターネットリサーチを実施し、既存メディアや企業に調査結果を提供する「C-NEWS」事業も行なっています。 <http://www.info-plant.com/>

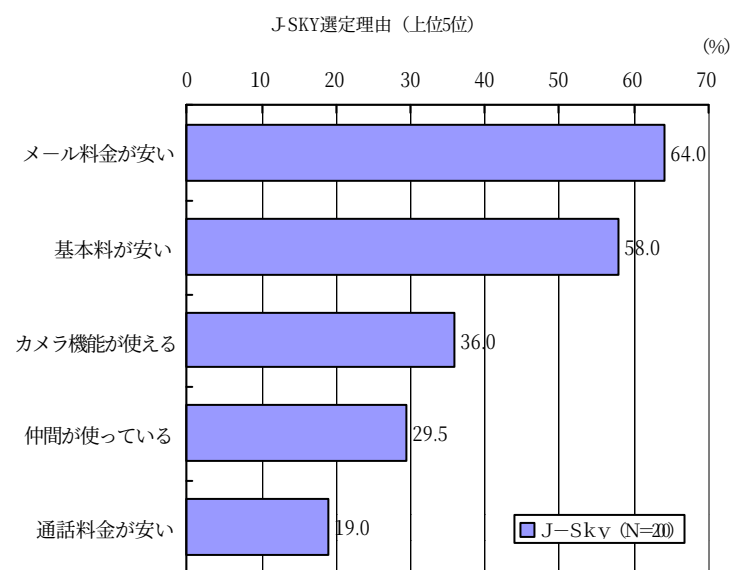
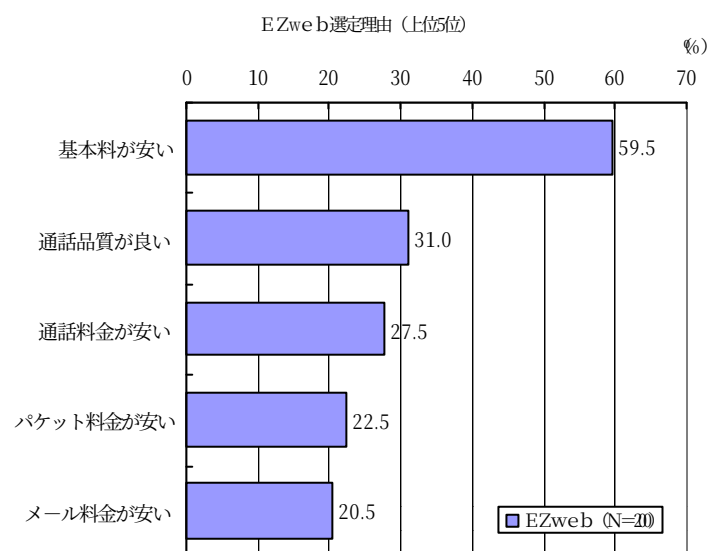
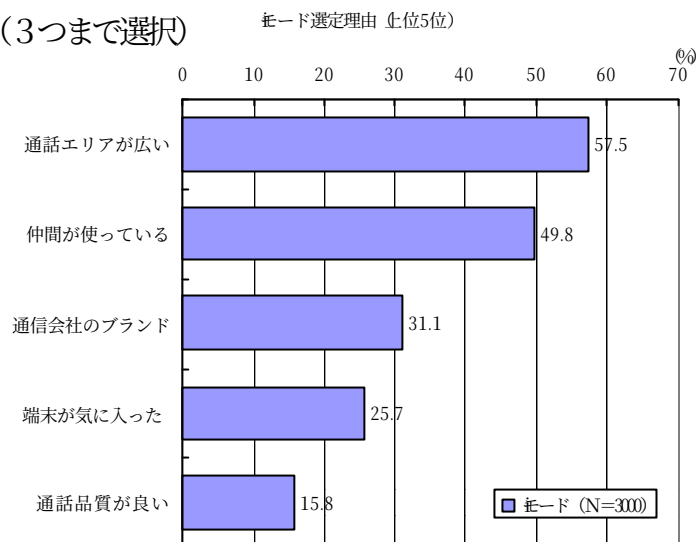
【本リリースに関するお問合せ先】

株式会社 情報通信総合研究所 情報流通ビジネス研究グループ

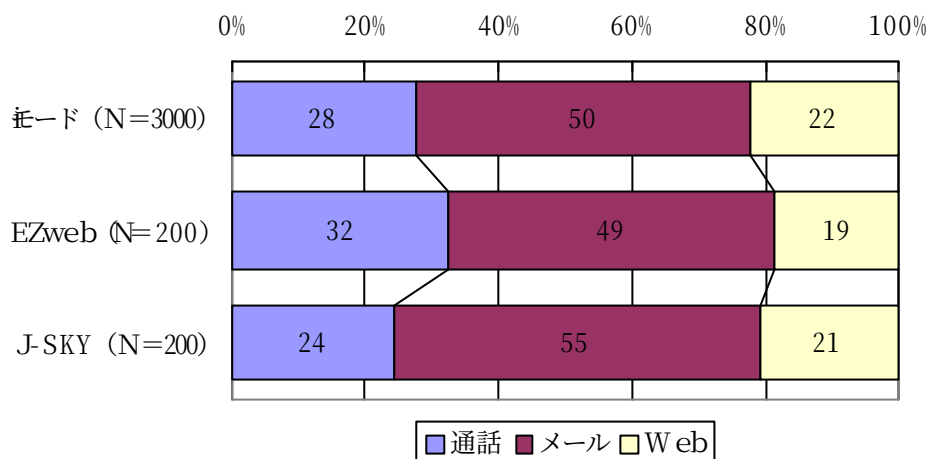
土屋 前田 TEL 03-3663-7153

E-mail tsuchiya@icr.co.jp maeda@icr.co.jp

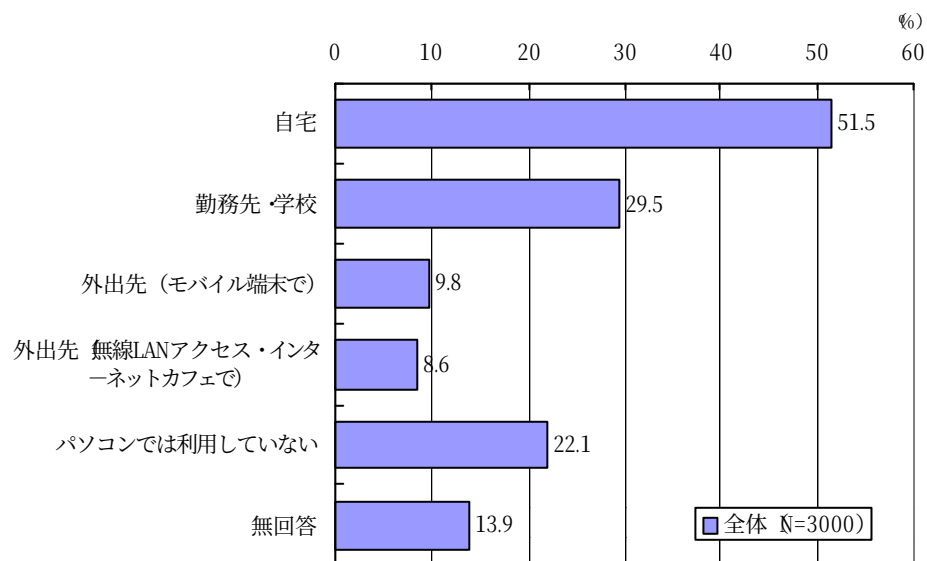
図表1 キャリア選定理由（3つまで選択）



図表2 「通話」「メール」「Web」利用時間比率《キャリア別》



図表3 パソコンでのインターネット利用場所《iモード・ユーザー》



図表4 iモードを使った「通話」「メール」「Web」の利用状況《iモード・ユーザー》

パソコンでのインターネット利用の有無	通話回数 (回/日)	メール送受信 数 (通/日)	Web閲覧時間 (分/日)
パソコンでインターネットを利用している	6.12	25.93	24.77
パソコンではインターネットを利用していない	5.44	24.42	17.04

図表5 今後利用したいサービス《iモード・ユーザー》

