

2005年11月25日

各位

『ベルメゾン生活スタイル研究所 スタイルモニターレポート Vol.6』

20-50代女性 1777人に「ケータイの利用」について聞きました。

「QRコード」を知っている 65.5%	利用したことはない 61.7%
「おサイフケータイ」を知っている 85.7%	利用したことはない 96.7%
「着うた」を知っている 92.4%	利用したことはない 70.6%

- ケータイの新機能、知っているけれど利用はまだまだ -

株式会社千趣会（本社 大阪市、代表取締役社長 行待 裕弘）が運営するベルメゾン生活スタイル研究所では、女性の生活スタイルや意識についての調査を随時行っております。

さて、国民普及台数が約9千万（社団法人 電気通信事業者協会調べ）と一人一台に近づいた携帯電話ですが、最近では通話やメール以外の機能やサービスを売りにした高機能型の新製品が目白押しです。そのような中で実際にはどの程度利用されているのでしょうか。そこで今回はどんどん進化するケータイの利用実態について聞いてみました。

所有率は約95%、利用は通話よりメールが中心

まず、自分専用携帯電話の所有率を聞いてみたところ94.5%が持っていると回答。改めて普及率の高さを立証しました。また、通話とメールどちらを利用することが多いかという質問に対しては、8割以上の方がメールと回答。携帯メールが女性のコミュニケーション手段としてすっかり定着している姿も浮き彫りになりました。

「QRコード」「おサイフケータイ」「着うた」。まだまだ低い利用率  
今後の利用意向についても比較的消極的

3つの機能やサービスの中で最も認知率が高いのは「着うた」で92.4%、次いで「おサイフケータイ」の85.7%、「QRコード」は最も低く7割にも達しませんでした。逆に利用率では、「QRコード」が約4割と最も高く、次いで「着うた」が約3割、「おサイフケータイ」についてはわずか3%という結果になりました。また今後の利用意向についても比較的消極的で、「QRコード」と「着うた」については約4割、「おサイフケータイ」は約3割の方が利用してみたいという結果にとどまりました。

これからの携帯電話に望むのは  
「シンプル」「安全に役立つ」「安い料金」「各社共通サービス」

今後携帯電話にどんな機能やサービス、コンテンツがあったらいいと思いますか。という質問を投げかけたところ、サービスやコンテンツの充実より耐久性や長時間使用（充電長持ち）を望む「シンプル派」、緊急時や災害時にも役立つ機能を求める「安全に役立つ派」、今よりさらに安い利用料金を望む「安い料金派」、絵文字の共通化などメーカーや会社に関係なく同じサービスを望む「各社共通サービス派」などに分かれました。このような声から、新たな付加機能やサービスよりむしろ基本的な機能やサービスの充実を望んでいる利用者も多いのではないかと思います。

\* 「おサイフケータイ」は、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモの登録商標です。  
\* 「着うた」は、株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントの登録商標です。

なお、今回の調査結果について詳しくはベルメゾン生活スタイル研究所ホームページ[www.belle-style.com](http://www.belle-style.com)をご覧ください。

調査の方法：ベルメゾン生活スタイル研究所のスタイルモニターバンクに登録している20～59歳の全国の女性で有効回答数は1777人。インターネットを使って2005年11月9日～11月13日に実施した。

本件に関する問い合わせ先  
ベルメゾン生活スタイル研究所 坂本 典子（<mailto:n-sakamoto@senshukai.co.jp>）  
〒530-0035 大阪市北区同心1-6-23 TEL：06-6881-3043 FAX：06-6352-9286