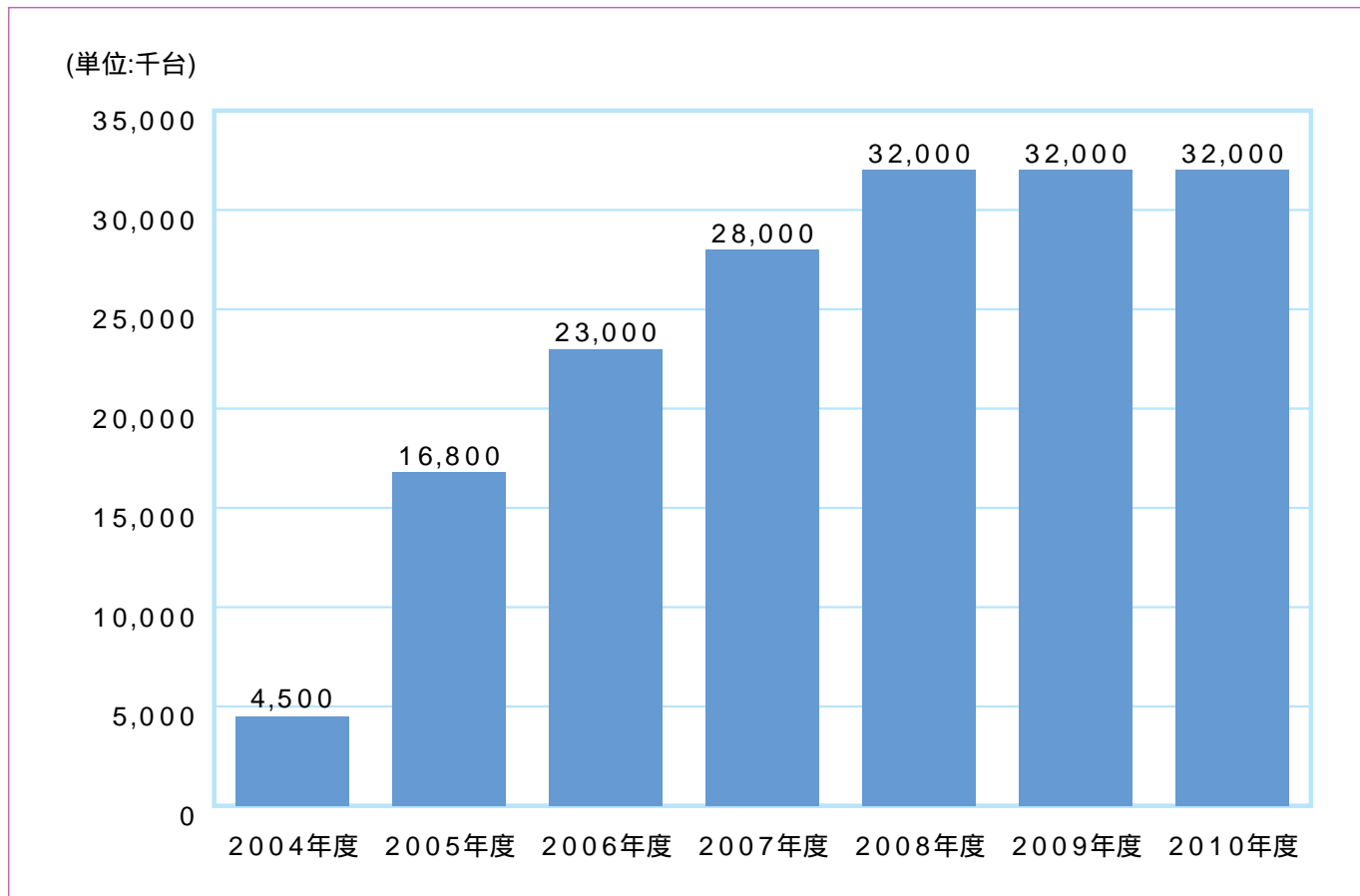


# 動き始めた非接触 IC カード搭載携帯電話 2008 年度には需要台数 3200 万台に達する

図 1 非接触 IC カード対応携帯電話端末の出荷推移予測



出所 矢野経済研究所推計(2005年2月1日報道発表より)

音声、インターネット接続に続く携帯電話の第三のサービスが、非接触 IC カード搭載によるリアルコマースとの連動である。2004年7月、NTTドコモが世界で初めて「おサイフケータイ」と銘打ち、非接触 IC 規格の1つであるフェリカを搭載した携帯電話(iモード FeliCa)を発売した。フェリカを搭載した携帯電話は「モバイルフェリカ」と呼ばれている。

矢野経済研究所が通信事業者や IC カード・端末ベンダーへの取材により推計したモバイルフェリカ(非接触 IC カード

搭載携帯電話)の市場台数は、2004年度で450万台(見込み)である。翌2005年度には前年度比373.3%の1680万台、2006年度には前年度比136.9%の2300万台と順調に伸び、2008年度には3200万台と携帯電話市場の中で安定した需要を保つと予測している(図1参照)。

モバイルフェリカの用途としては、コンビニエンスストアなどのリーダーライターにかざすと支払いができる電子マネーやクレジットなどの「決済系」、ポイントカードなどの「会員証」、そして乗車券などの

「交通系」が三大アプリケーションと言われる。中でも市場拡大につながると見られているのは交通系アプリケーションの Suica である。すでに JR 東日本は Suica の携帯電話版「モバイル Suica」の実験を3月から開始し、2006年の本格サービスを目指している。このモバイル Suica の本格サービスに合わせて au もフェリカ搭載機種を発売すると見られ、非接触 IC における通信事業者間の競争が今秋から始まりそうである。

図2 フェリカの認知度 N=2,308

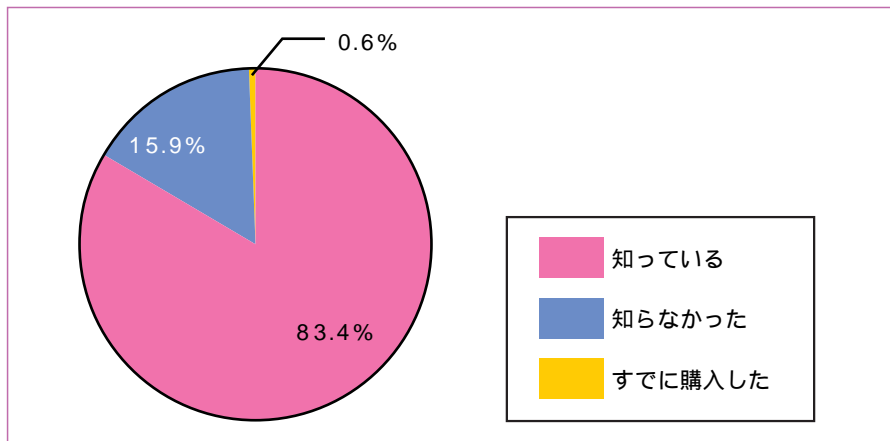
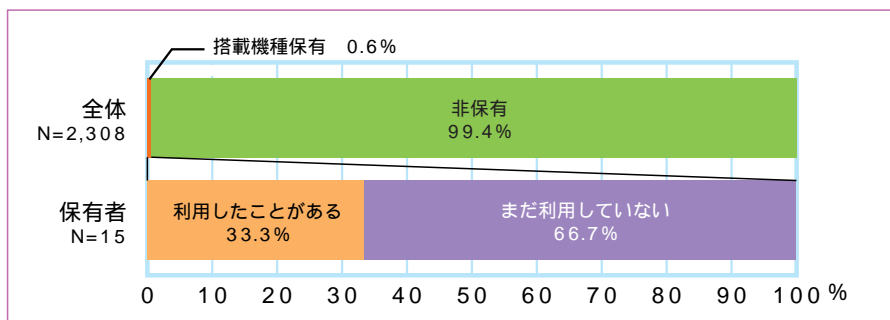


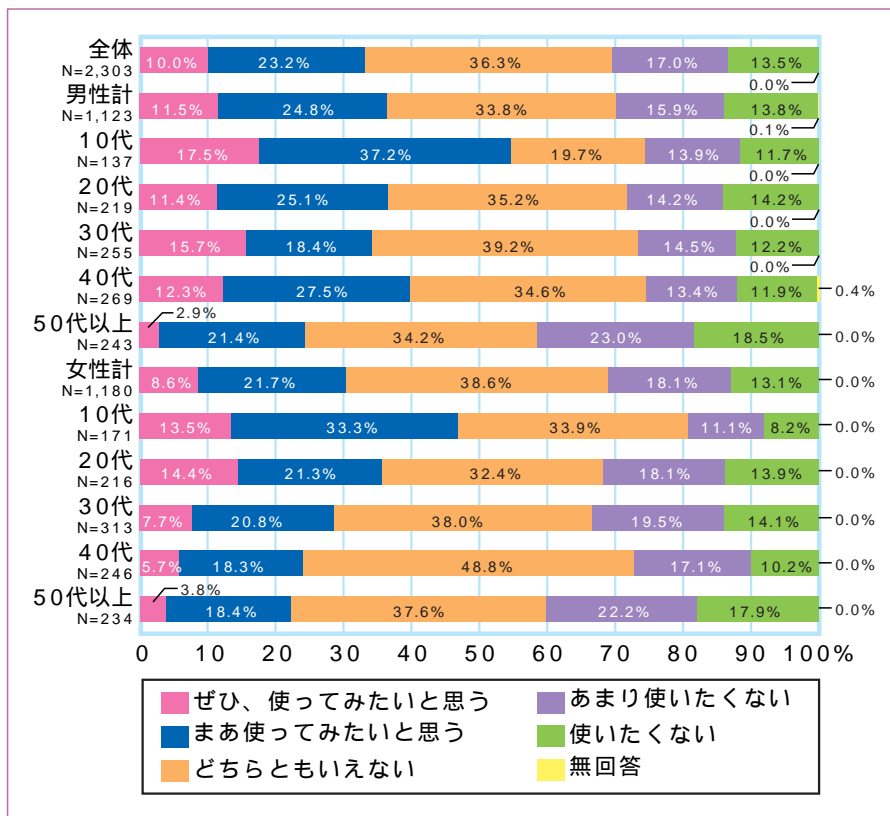
図2～図4は、「ケータイ白書2005」に掲載した携帯電話ユーザーへのアンケート結果である。NTTドコモがTVCMを放映していることから、フェリカ機能の認知度は「知っている」が83.4%と高い率となっている。

図3 フェリカ機能の保有状況と利用状況



発売3か月後の2004年10月時点で調査したフェリカ機能搭載携帯電話の保有状況と利用状況である。保有率はこの時点で0.6%と少ない。FOMA901iなどの人気機種への標準搭載や他の通信事業者の対応が注目される。

図4 非利用者のフェリカ利用意向[年代と性別]



非利用者に聞いた利用意向は、「ぜひ、使ってみたい」と「まあ使ってみたいと思う」を合わせると33.2%とあまり高くはない。10代男性だけが半数を超える。モバイルSuicaがどこまで受け入れられるかは大きな分岐点となるだろう。

図2～図4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  
 最終有効回答サンプル:2308  
 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](mailto:im-info@impress.co.jp)