

IT企業の現場から

<2>

23年前に誕生したケータイは、iモード誕生から9年を経た今、検索・買い物・閲覧・視聴・支払いなど、ほぼすべての生活シーンに使える「モンスターツール」になった。サイズと費用に比べてお化けのようなその多機能で、あらゆる種類の個人をユーザーに取り込んでしまったのである。人類史上空前のツールといっている。

こうしたケータイネットの勢いは、専用ホスティングを柱とする当社の顧客層の勢いを見ても明らかだ。iモードスタート直後に始まったケータイ事業者の利用は、翌年以降うなぎ上り。国内2位のコミックサイト、ヤフーやグーグルに次ぐ同3位の検索サイト、月間5億アクセスを誇るコミュニティサイトなどもユーザーである。当社のケータイサイト構築ツールの顧客数も順調に伸び、まだ衰えを見せない。

ケータイネットサービス事業者の隆盛を受けて利用者数も順調に伸び、2005年には、ついにPCのユーザーを抜いた。ケータイネットのこの勢いを「PCを買えない層が低額のケータイに流れたためネット格差の表れ」とする見方もあるが、一部にそういう事情があるにしても全体像としてそれは少し皮相な見方だと思う。

ケータイは、圧倒的な多機能戦略によって児童や主婦・定年退職者などと、非PCワーカーの層を取り込み、ネットのさらなる浸透に貢献したと見るべきだ。PCワーカーは就業人口のおよそ6割、総人口の4割前後にすぎないのだから、ケータイユーザーの

増加をネット格差の一言で片付けるのはやや傲慢な気がする。

進むPCとの併用

その後、PCのネットユーザー数は06年にケータイのそれを抜き返した。ケータイネットのユーザーが前年比2.4%、数にして163万人の伸びだったのに対し、PCの方は前年比24%、1454万人も伸びたのである。ただ、PCの再逆転は、この年スタートしたユーザープが火付け役になって、動画などのリッチコンテンツ閲覧のためにPCとケータイの併用者が増えたことによるものだろう。通信速度やディスプレイ面積など閲覧性が必要なものはPC、「携帯性」に適したものはケータイという、併用と使い分けが明確になったということである。

ケータイの強みは、その圧倒的な「つながり性」だ。旧世代に属する筆者としては、そんなに一日中つながっていないで、読書や思索に時間を使った方がいいと思うのだが、一方で、人間がどんな道具を手にしても思考をやめない存在であると考えれば、そんなことは余計な心配かと思ったりもする。複雑なところではある。

(リンク社長 岡田元治)

■木曜日に掲載

ケータイネットは「モンスター」

《おかだ・がんじ》1955年京都府生まれ。横浜の全寮制、山手学院中高を経て、早稲田大学商学部卒。翻訳・編集・広告制作に従事したのち87年に広告制作でリンクを設立、社長に就任。96年富山市のエーティーワークスと共同でAT-LINK専用サーバ・サービスを開始。専用ホスティングとして国内トップの台数を誇る。

