

ポケットベル特集

Special Issue on Paging Service

ポケットベル市場の現状と展望

Paging Market Overview in Japan

サービス開始から30年を経過したポケットベル・サービスは、移動電話サービスの普及に伴い、契約者数の減少が続いており転換点を迎えている。今後は、特徴を生かした情報配信サービス、発信課金サービスなどにより、新市場を開拓し、新たなポケットベル文化を創造していきたい。

Paging service in Japan has passed 30 years from the introduction. The subscriber number has been decreasing recently and the service faces the turning point.

Paging service will develop new markets and create new culture by the Information Broadcasting Service, CPP (Calling Party Pays) Service and so on in the future.

島貫義太郎
Yoshitaro Shimanuki

まえがき

1998年度は、日本におけるポケットベル・サービスが1968年7月に東京地区で開始されてから、ちょうど30年になる。そして今、ポケットベル・サービスは大きな転換点を迎えている。

本稿では、ポケットベル市場の現状を概括したうえで、今後の展開を展望する。

市場の現状

ポケットベル・サービスの契約者数の推移を図1に示す。当初、鳴音だけのトーン・オンリー・サービスだけであったのが、のちに数字が表示できるサービスが開始され新規市場が開拓された。さらに、数字の組み合わせでカタカナを表示できるようになり、今まであまりポケットベルを利用していなかった利用者層に市場は爆発的に拡大

した。しかし、漢字まで表示できるようになったにも関わらず、当該分野での利用が進む前に、携帯電話・PHSに市場が移行したことに伴い、1996年6月を境に減少が始まっている。

ポケットベルの特徴

ポケットベル・サービスの特徴の推移を表1に示す。従来は、建物内を含めたカバレッジ・エリアの広さと呼出信頼度の高さ、電池寿命の長さなどの優位性により、携帯電話・PHSなどの移動電話が普及してきてもその欠点を補完する使い方により、料金の安さと相まって需要増加につながっていたが、表1に示すような、ポケットベルの改良・改善を上回る携帯電話におけるネットワークのエリア拡大などの進展、端末の電池寿命の延長および小型・軽量化、そしてサービス料金と端末価格の低廉化、さらには、付加機能としてのメッセージ通信サービスのサ

ポートにより、ポケットベルの優位性が弱まってきており、お客様の移行が進む結果となった。

情報配信サービスの展開

携帯電話サービスの進展に関わらず、ポケットベル・サービスが優位な分野である同報性を生かしたサービスが、情報配信サービスである。DoCoMoにおける情報配信サービスの契約者数の推移を図2に示す。インターネットの発展により、欲しい情報を探し出し、引き出す（プル）ことは容易に行えるようになったが、インターネットは必要な情報を見つけ出すまでに手間暇を要する難点がある。しかし、この情報配信サービスは、関心がある分野の情報を定期的に、または、情報が発生するつど送出（プッシュ）しており、常に最新の情報が確実にかつ容易に入手できることから、確実に市場を

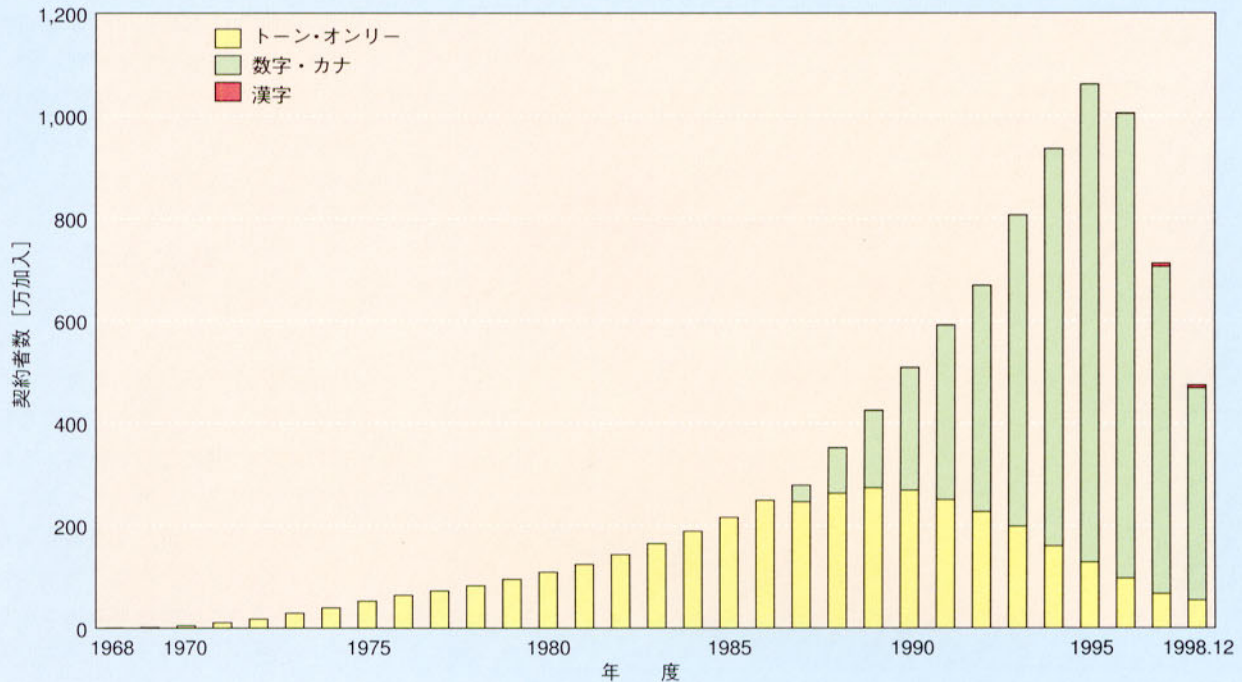


図1 日本におけるポケットベル・サービスの契約者数の推移
Figure 1 Market Trends for Radio Paging Service in Japan.

表1 ポケットベル・サービスの特徴の変化
Table 1 Changes of Radio Paging Service Characteristics.

項 目	従来	現状	携帯電話の状況
カバレッジ・エリアの広さ	◎	△	・エリア拡大の進展
ビル内などでも利用可能	◎	○	・ビル内対策, 地下街対策の進展
高い呼出信頼度	◎	○	・容量増大のためのマイクロ・セル化に伴う均一な電界強度の実現
電池寿命の長さ	◎	○	・大容量電池の開発と端末の低消費電力化
携帯性	◎	○	・端末の小型軽量化
低コストのメッセージ通信手段	◎	○	・料金, 端末価格の低廉化とメッセージ通信サービスの開始
同報性	◎	◎	
受信者がコントロール	◎	◎	
非リアルタイム性	◎	◎	

※ポケットベルが、◎：優位、○：同等、△：劣位

拡大しつつある。

発信者課金サービス

ポケットベルの特徴の一つであった利用料金の低廉さを、新たな方法により実現しようとするサービスが発信者課金サービスである。これは、ポケットベル・サービスの料金を電話網部分は発信者が、ポケットベル網部分は受信機携帯者が負担していたのを、すべ

て発信者に負担していただくことにより、受信機携帯者の負担する費用を受信機の購入費用だけに削減するもので、今までの「呼び出して欲しい」「メッセージを送って欲しい」という利用者向けの料金体系に対して、「連絡を取りたい」「情報、メッセージを届けたい」という利用者向けの料金体系といえる。

この発信者課金サービスは、「ポケットベル・サービスの料金のすべて

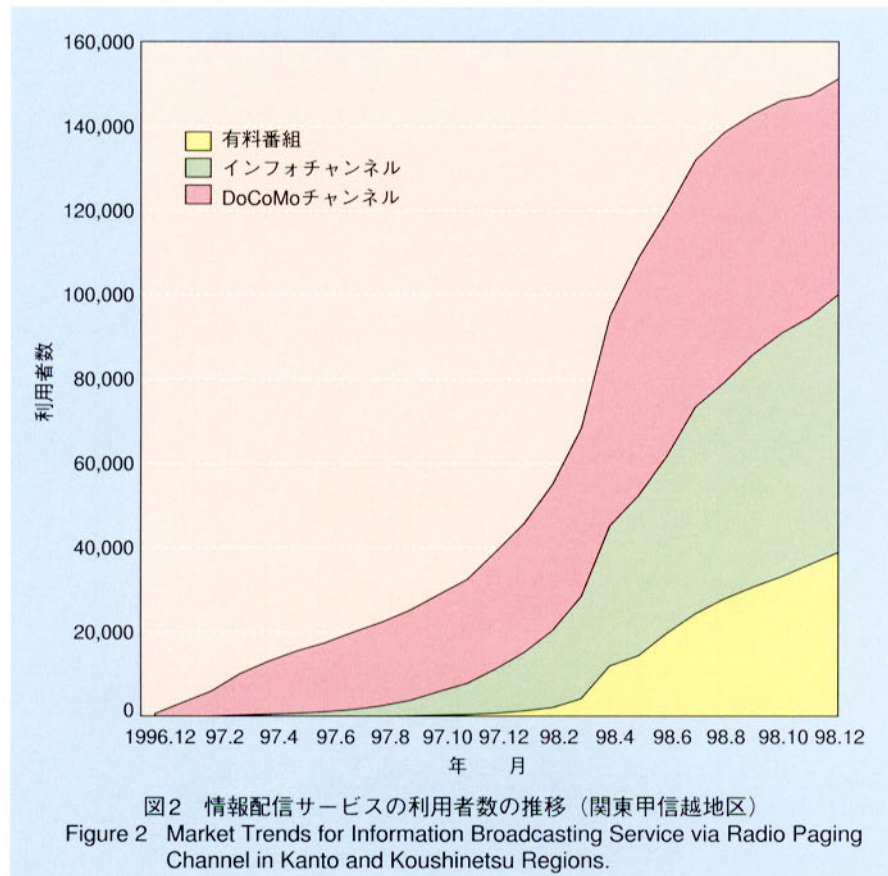
を、発信者に負担いただく」ということだけではなく、「月ごとの基本料負担がない」という特徴も有する。

従来、基本料を考慮すると必ずしも安くなかった。例えば、基本料を二重に負担する必要のあった携帯電話・PHSとの併用利用や利用頻度の多寡に関わらず、基本料を負担する必要のあった家電製品の遠隔制御としての利用などが、本サービスにより可能となり、利用分野が飛躍的に拡大するものと期待されている。

ポケットベルの新しい文化

ポケットベルのもうひとつの特徴は、「受信者がコントロール」ということと、「非リアルタイム性」ということである。

電話の場合は、会議中であろうと、電車の中でであろうと、応答してみない限り要件の重要度・緊急度が分からないが、ポケットベルの場合は、メッセージの内容により判断が可能であ



り、受信者の意志により即座に回答するか、後で対処するか、あるいは、単に情報として受けておくだけとするかが決定できる。

ポケットベルがもっぱら緊急時の呼出手段として使われていた時代は、電話をしてからいかに早く受信機を呼び出し、また、呼ばれた方もいかに早く回答するかを意識する必要があったため、「ポケットベルを持たされ」、ポケットベルにより「拘束される」意識を

持つ方も多かった。しかし、即時性を保証していないインターネットからのメッセージ通信の増加、必ずしも即時性は要求せずメッセージが伝わっていればよいというような使い方の出現などに伴い、このような方は少数になっていると思われる。

このように、携帯電話との対比において、メッセージの受信者がイニシアティブを取れることがポケットベルのメリットとなっており、受動的に

ポケットベルを持たされていた時代から、能動的にポケットベルを持ち、そのメリットを享受する時代になっている。この意味でポケットベルの文化は変わりつつあり、今後これをさらに加速していく必要があると思われる。

あとがき

携帯電話の普及がポケットベルの有利領域を狭める一方、ポケットベルの特徴を際立たせ、また、新たな特徴を作り出す結果となっている。このような状況の中で、ポケットベルは、利用分野を拡大し、新たな市場展開が進みつつある。今後さらに、利用分野の拡大を図り、また新たな市場を開発することにより、従来の「ポケットベル」とは異なる新しいポケットベルの「文化」を創造していきたい。

文献

- [1] 香山, 柿沼, 井田: “ポケットベル情報配信サービス”, 本誌, Vol.7, No1, pp.13-18, Apr.1999.
- [2] 太田, 前島: “発信者課金サービスについて”, 本誌, Vol.6, No4, pp.43-45, Jan.1999.