

パソコンとモバイルの相違点

	パソコン	スマートフォン・タブレット	フィーチャーフォン(ガラケー)
機能・性格	<ul style="list-style-type: none"> ■画面サイズが大きく、多くの情報を表示可能 ■情報処理能力が高く、重いプログラムが実行可能 ■世界レベルでグローバルな情報発信が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ■パソコン向けサイトが表示可能だが、画面は小さい ■「ガラケーサイト」は、ほぼ表示不可 ■アプリがカスタマイズ可能 ■パソコンとSMSが併用可能 ■世界レベルでグローバルな情報発信が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ■画面が小さく、情報表示量が少ない ■回遊しにくいインターフェース ■絵文字やGPS、カメラなど独自機能 ■パソコンサイトの閲覧は困難
浸透市場	<ul style="list-style-type: none"> ■世帯単位での普及 ■個人IDを用いなければ、個人は特定不可 	<ul style="list-style-type: none"> ■個人単位での普及 ■ガラケーに代わる存在へスライド ■個人認証に利用可(端末購入にIDが必要) 	<ul style="list-style-type: none"> ■個人単位での普及 ■個人認証に利用可(端末購入にIDが必要) ■ITリテラシーの低い層に強い
事業構造	<ul style="list-style-type: none"> ■ISPとコンテンツ提供者は別 ■コンテンツの自由度が高い ■コンテンツ課金のハードルが高い 	<ul style="list-style-type: none"> ■キャリアの支配力が強い ■キャリア毎に独自コンテンツを展開 ■アプリ市場がOS毎に存在 ■キャリアやOSサプライヤーの課金代行により課金コンテンツが成立し易い 	<ul style="list-style-type: none"> ■キャリアの支配力が強い ■キャリア毎に独自コンテンツを展開 ■公式サイトと一般サイト(勝手サイト)が存在 ■キャリアの課金代行により課金コンテンツが成立し易い
用途	<ul style="list-style-type: none"> ■ブランディング、CIの浸透 ■IR、リクルートでの活用 ■高度なプロモーション ■EC ■Webサービス 	<ul style="list-style-type: none"> ■ユビキタスアクセスが可能 ■アプリを用い、ユーザーを囲い込む事業 ■セールスポモーション 	<ul style="list-style-type: none"> ■端末の付帯機能を利用したキャンペーン ■コンテンツ配信 ■決済や個人認証