

**第72回 価格.comリサーチ『タブレット端末』に関する調査結果**

**タブレット端末の所有率は46.9%、1年で約20ポイント上昇  
7インチタブレットの登場が急速な普及を後押し**

**所有端末メーカー、「アップル」が46.1%、海外勢優位の中「ソニー」が健闘**

**OSでは「Android系」(54.6%)が「iOS」(41.2%)を上回る**

**購入を検討したいメーカー、「アップル」が前回より10ポイント落とし人気にやや陰り**

**URL: <http://kakaku.com/research/report/072/>**

株式会社カカコムが運営する購買支援サイト「価格.com (<http://kakaku.com/>)」が実施したユーザーへの意識調査「価格.comリサーチ」より、第72回『タブレット端末アンケート 2013 - iPad? Android? それともWindows!?-』の調査結果を一部抜粋の上、ご案内します。

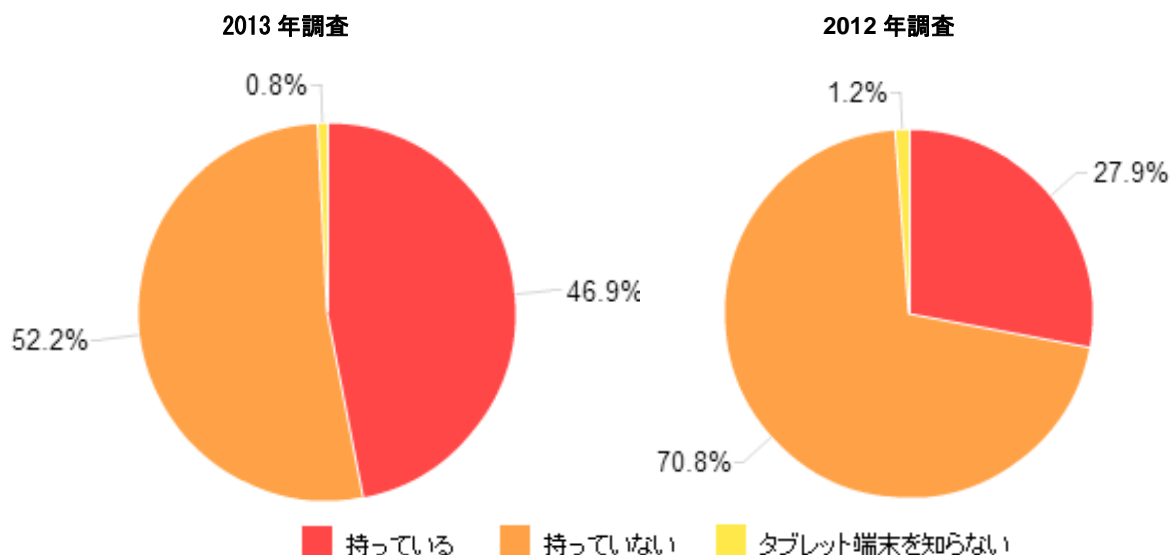
**所有率：1年で約20%上昇し、半数に迫る46.9%。パソコン依存度が低い若年層ほど所有率が高い。**

今回調査におけるタブレット端末の所有率は46.9%。すでに半数近くがタブレット端末を所有している結果となった。回答者が価格.comのユーザーということ差し引いても、この割合はかなり高い。予想以上に、タブレット端末の普及率は上がっているといえる。なお、前回調査(2012年7月)時の所有率は27.9%だったので、この約1年だけで20%近く所有率が上がったことになる。

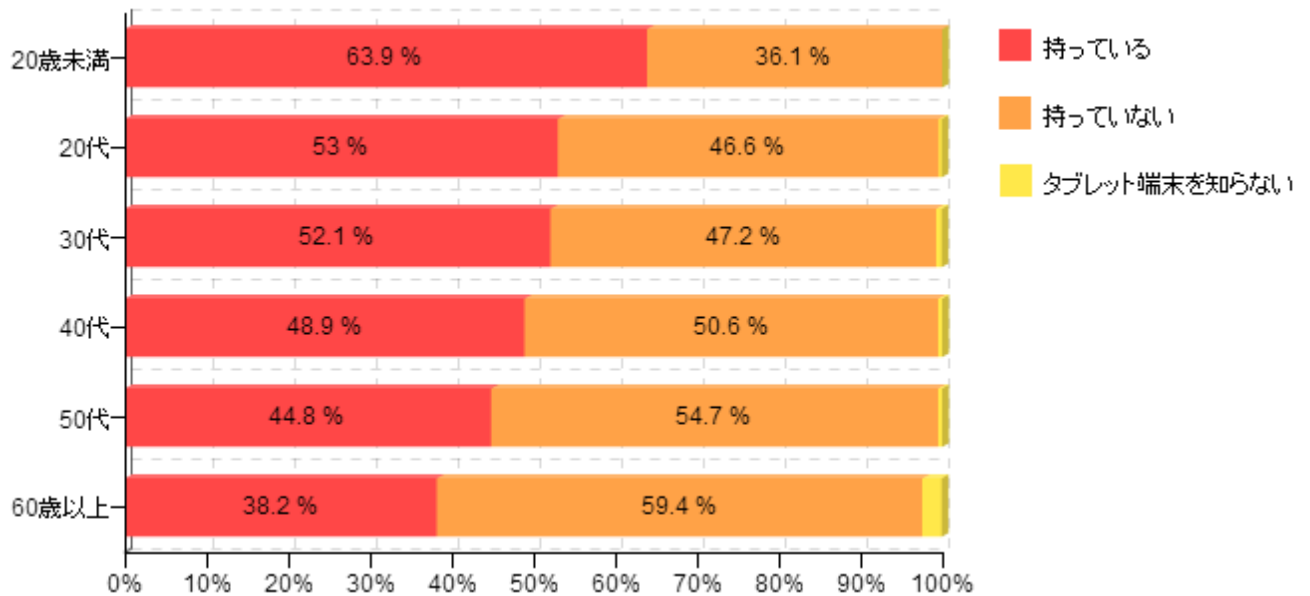
また、世代別の所有率は、若年層ほど高くなっており、30代で半数を超える52.1%、20代で53.0%。20歳未満にいたっては、63.9%という高い所有率を示した。逆に、60歳以上では38.2%と低めの結果となっている。

この背景には、比較的年齢が高い層では、パソコンをメインに利用する人が多いのに対し、年齢が若い層ではパソコンへの依存度が低く、スマートフォンやタブレット端末をメインに利用する人が多いことがあげられる。30代と40代の間で、タブレット端末の所有率が50%を境に上下で分かれているが、パソコンがメインか、タブレット端末がメインかという利用スタイルの違いが、この世代あたりで二分されている様子がうかがえる。

【図1. タブレット端末の所有率】



【図 2. タブレット端末の所有率（世代別集計）】



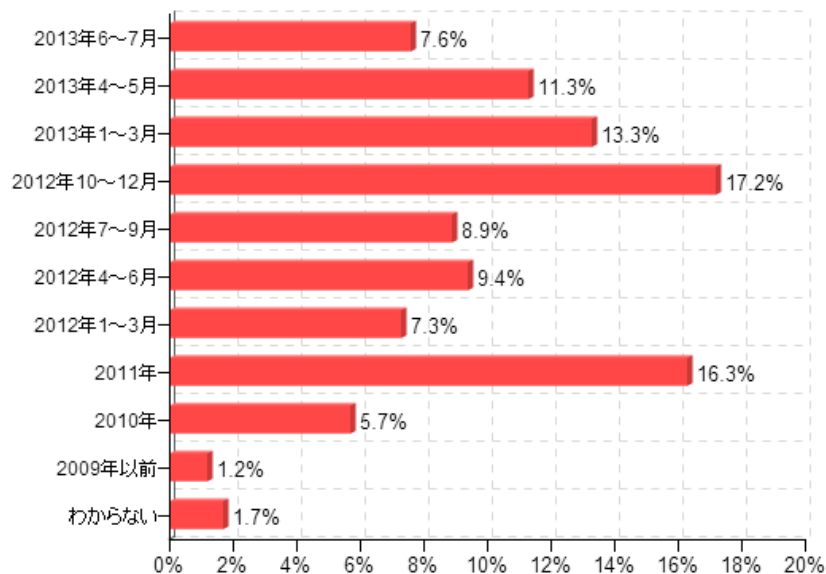
### 購入時期：「iPad mini」「Nexus7」など、7インチクラスの登場が購入のきっかけに。

初めてタブレット端末を購入した時期として、もっとも多かったのは、「2012年10～12月」(17.2%)。この時期は、アップルの「iPad mini」やGoogleの「Nexus 7」など、7インチクラスのタブレット端末が発売され、人気を博した時期に相当するため、それらの登場が購入のきっかけになったものと推測できる。

また、今年2013年4～7月（本調査は7月17日までの回答を集計）までのタブレット端末購入者も、合計18.9%と多い。この時期は、前述の7インチタブレットが引き続き好調だったことに加え、マイクロソフトのWindows系OSを搭載したタブレット端末が多数登場し、さらに2013年3月発売の「Surface RT」が期間限定の1万円割引で販売されるなど、Windowsタブレットの動きが活発になったことが大きな理由といえそうだ。

2011年以前の状況を見ると、2010年の1年間よりも2011年の1年間にタブレット端末を購入した人が約3倍多い。この背景には、2010年時点では、同年5月発売の「iPad」以外、タブレット端末がほとんど存在していなかったが、翌2011年になると、「iPad」が「iPad2」に進化するとともに、Android OSを搭載したタブレット端末も登場するようになり、製品の選択肢が広がったことがあるといえる。

【図 3. タブレット端末を購入した時期】  
※複数所有している場合、最初の1台を購入した時期

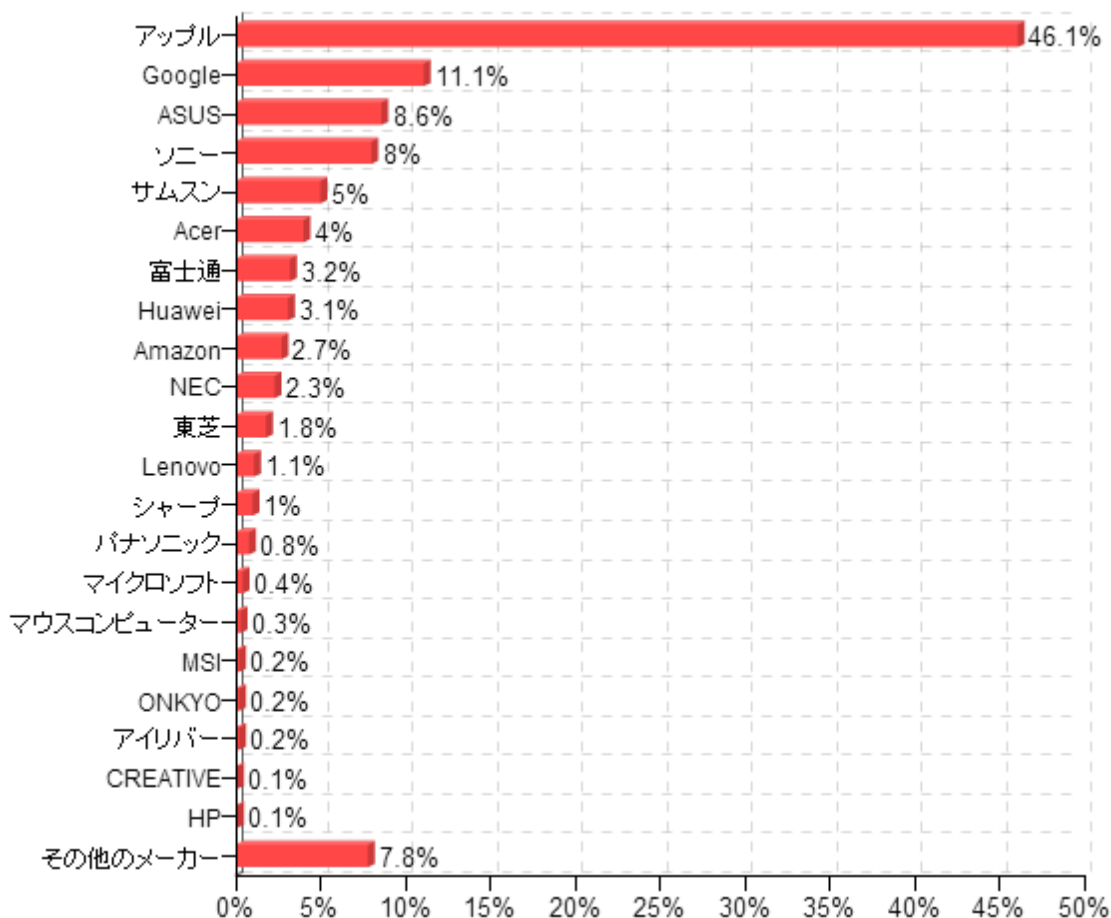


## 所有端末のメーカー：アップル(46.1%)がダントツ。Android陣営やWindows陣営も勢力拡大中。国内メーカーではソニーが健闘。

所有端末（複数台所有している場合はもっとも使っている端末）のメーカーでは、半数近い46.1%がアップルの「iPad」を利用しており、タブレット端末という分野における「iPad」の浸透度が証明された形だ。ただし、昨年調査（2012年7月）時の「iPad」のシェアは58.5%と過半数を超えていたことを考えると、そのほかのAndroid陣営や、Windows陣営も勢力を拡大しつつあることが見て取れる。

アップル以外の陣営では、「Nexus」シリーズを展開するGoogleが11.1%でトップ。やはり昨年2012年秋に発売された「Nexus 7」の好調が大きく影響している。次いで、ASUS（8.6%）、ソニー（8.0%）、サムスン（5.0%）、Acer（4.0%）と続く。ここまで国内メーカーで健闘しているのはソニー1社のみということで、タブレット端末においては、海外勢が完全に優位であることも明らかになった。

【図4. もっとも使っているタブレット端末のメーカー】



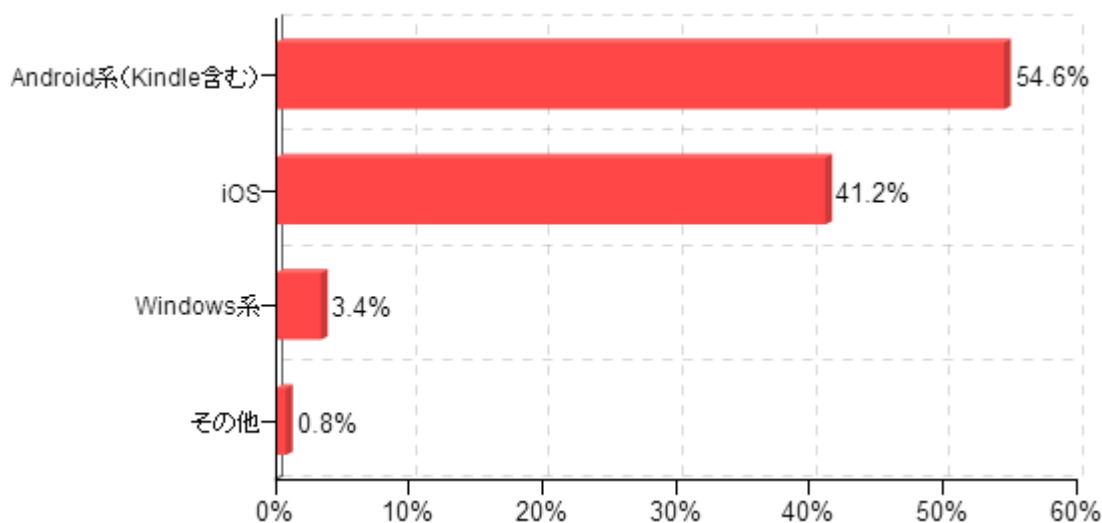
◆2012年7月調査「もっとも使っているタブレット端末のメーカー」に関するグラフはこちら  
<http://kakaku.com/research/report/064/p02.html#mds03>

## 所有端末のOS：躍進めざましい「Android系」(54.6%)が「iOS」(41.2%)を上回る。

OS別では、もっとも多いのはAndroid系となった。54.6%と過半数を超えており、アップルのiOSの41.2%を13.4ポイントも上回っている。前述の所有端末メーカーの結果とは若干のズレがあるが、いずれにしても、Android系の躍進がめざましいことは見て取れる。

なお、ここ半年の間くらいに急激に製品が増えてきたWindows系OS（Windows 8/RT）については3.4%という割合になった。まだまだ割合としては少ないが、端末の発売時期などを考慮すると、比較的健闘しているといえる。

【図5. もっとも使っているタブレット端末のOS】

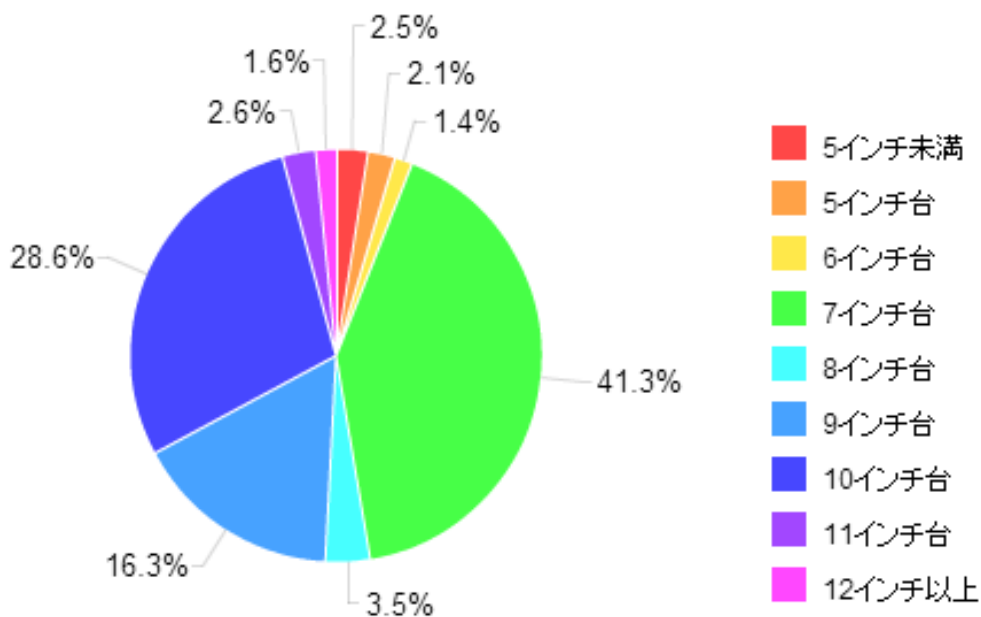


### 所有端末の画面サイズ:急速に普及している7インチ台(41.3%) が半数近いシェアを獲得

画面サイズ別では、「7インチ台」が41.3%ともっとも多かった。この中には、アップルの「iPad mini」やGoogleの「Nexus 7」、Amazonの「Kindle Fire HD」などが含まれる。【図3】の結果から、昨年2012年10～12月の期間にタブレット端末を購入した人が多いことがわかるが、この結果からも、その多くがやはり7インチクラスのタブレット端末を購入したものと思われる。

次に多かったのは「10インチ台」で28.6%。ここには、ソニーの「Xperia Tablet Z」や、マイクロソフトの「Surface RT」、その他多くのAndroid/Windowsタブレットが含まれる。続いて多かった「9インチ台」(16.3%)は、ほぼアップルの「iPad」と見ていいだろう。現在のタブレット端末は、おもに9～10インチの画面を持つ大型の製品と、7インチ前後の画面を持つ小型の製品に二分されているが、この調査の結果からも、ほぼこうした二分された状況が明らかとなった形だ。また、7インチタブレットの本格普及が昨年2012年秋から始まったことを考えると、ここ1年間で7インチタブレットがかなり急速に普及し、すでに半数近いシェアを取っていることに驚かされる。

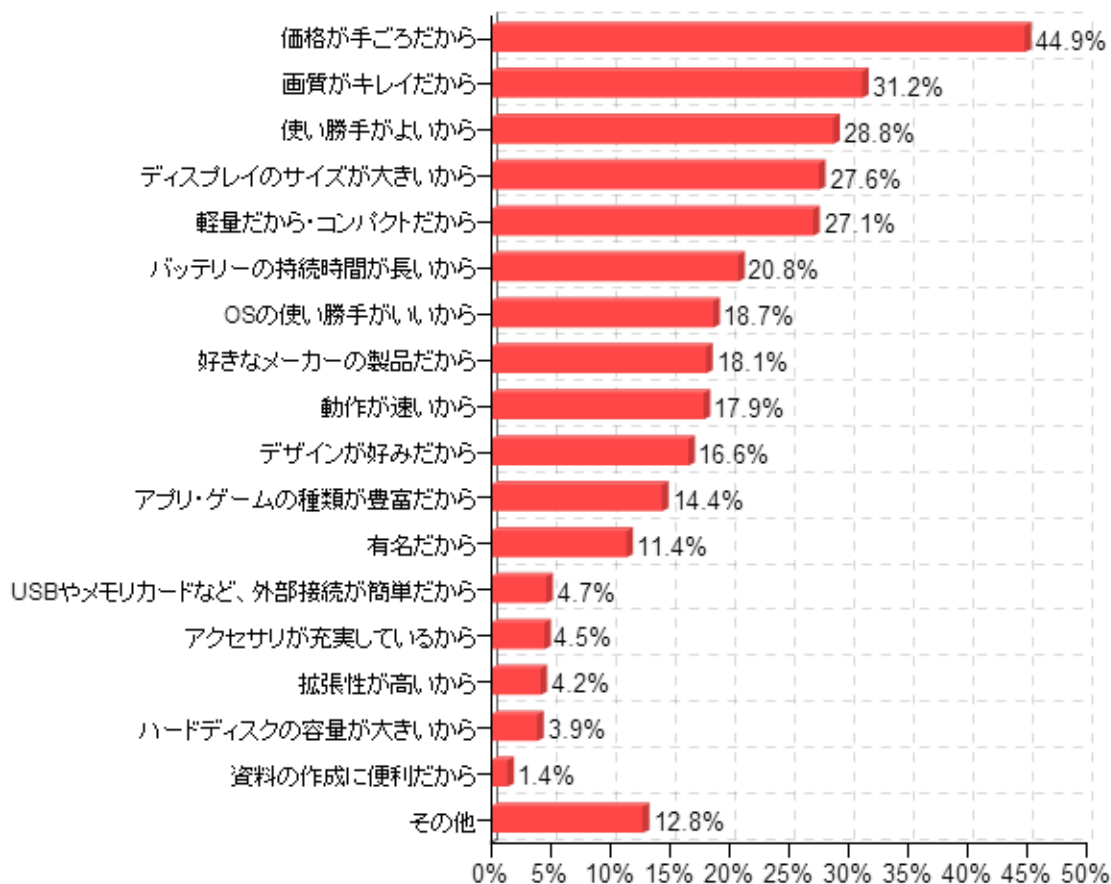
【図6. もっとも使っているタブレット端末の画面サイズ】



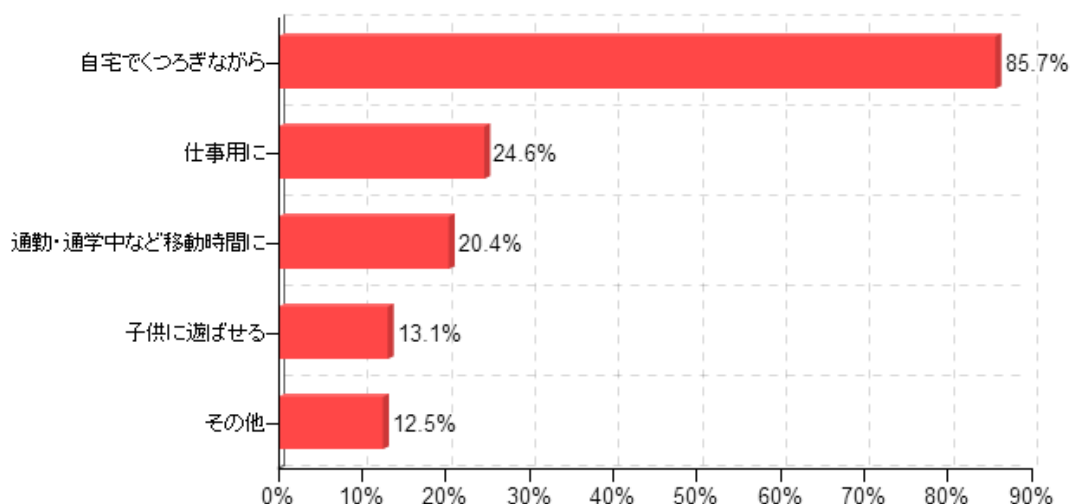
## 製品選びの重要ポイント：「価格の手ごろさ」(44.9%)がトップ。「バッテリー駆動時間」、「動作速度」はスマートフォンほど重要視されず

現在使っているタブレット端末を選んだ理由としては、「価格が手ごろだから」(44.9%)という回答がもっとも多かった。昨年秋の Google「Nexus 7」の発売以来、2万円前後で購入できる端末が増加し、割安感が出てきたことから購入を決めた人が多いようだ。なお、スマートフォン選びで必ず重視される「バッテリーの持続時間が長いから」という回答は20.8%と、意外にもあまり重視されていない。これは、利用シーン(図8参照)とも大きく関連してくるのだが、持ち出して外で使うことが少なかったり、スマートフォンほど頻繁に利用しないことが背景にありそうだ。また、「動作速度が速いから」という回答も17.9%とさほど多くない。これも、タブレット端末の場合、比較的パワーのあるCPUを搭載しやすいため、スマートフォンほどシビアに処理性能を気にする人が少ないことによるものと思われる。

【図7. もっとも使っているタブレット端末を選んだ理由 (複数回答)】



【図8. タブレット端末を利用するシーン (複数回答)】



**用途：「ネットサーフィン」(49.7分)。「地図・カーナビ」(27.0分)利用が「動画鑑賞」(26.6分)を上回り3位に。エンターテインメント系やSNSの利用は減少傾向。**

もっとも利用時間が長かったのは、やはり「ネットサーフィン (Web 閲覧)」(49.7分)。次いで、「メール」(33.9分)と、パソコンの代わりに Web やメールを利用するというのが一般的なようだ。意外に多かったのが、「地図・カーナビ」(27.0分)。多いと思われた「動画鑑賞」(26.6分)を超えて3位につけており、地図の確認やナビ代わりにタブレット端末を利用する人が多いことがわかる。

一方、スマートフォンでは必ず上位に来る「ゲームアプリ」(16.8分)、「音楽プレーヤー」(12.5分)、「ソーシャルネットワーキング (SNS)」(8.8分)や、タブレット端末での利用が多いと思われた「電子書籍」(10.0分)は、いずれも20分以上であった昨年より減少する結果となった。

こうした利用時間の傾向を見ると、同じようなジャンルと思われることの多いスマートフォンとタブレット端末とでは、利用用途がかなり異なっていることがわかる。スマートフォンは外出先で、タブレット端末は自宅と、利用シーンも大きく異なっているが、利用用途としても、タブレット端末はどちらかといえば、Web や動画、地図などの閲覧がメインで、エンターテインメント系や、SNSなどの用途にはあまり長時間の利用はなされていないようである。

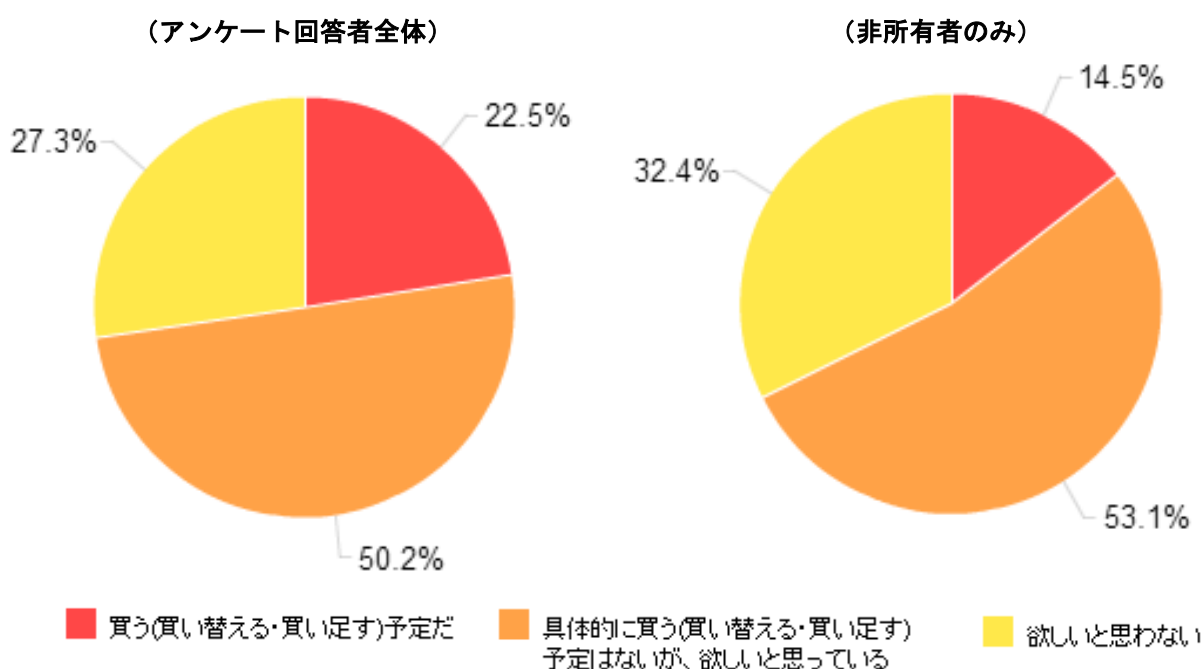
◆「1日のタブレット端末平均使用時間 用途別」に関するグラフはこちら  
[http://kakaku.com/research/report/072/p03.html#graph\\_8](http://kakaku.com/research/report/072/p03.html#graph_8)

**購入意欲：全体の4分の3が今後も購入意思あり。タブレット端末需要は今後も底堅い模様。**

今後のタブレット端末の購入予定については、4分の1近い22.5%が「買う予定がある」と回答。さらに、半数を超える50.2%が「買う予定はないが欲しいと思っている」と回答しており、実に全体の4分の3近い人が、今後もタブレット端末の購入意思があることがわかった。

なお、この結果をタブレット端末非所有者に限定すると、14.5%が「買う予定がある」と回答、53.1%が「買う予定はないが欲しいと思っている」と回答しており、全体の7割近い人に購入意思があるという結果になっている。こうした結果から考えると、今後もしばらくは、タブレット端末の需要は衰えることはなさそうだ。特に、すでに1台目を所有しているユーザーの買い増し需要も一定の割合であることを考えると、タブレット端末の需要はまだまだ底堅いものと思われる。

【図9. タブレット端末の購入意欲】



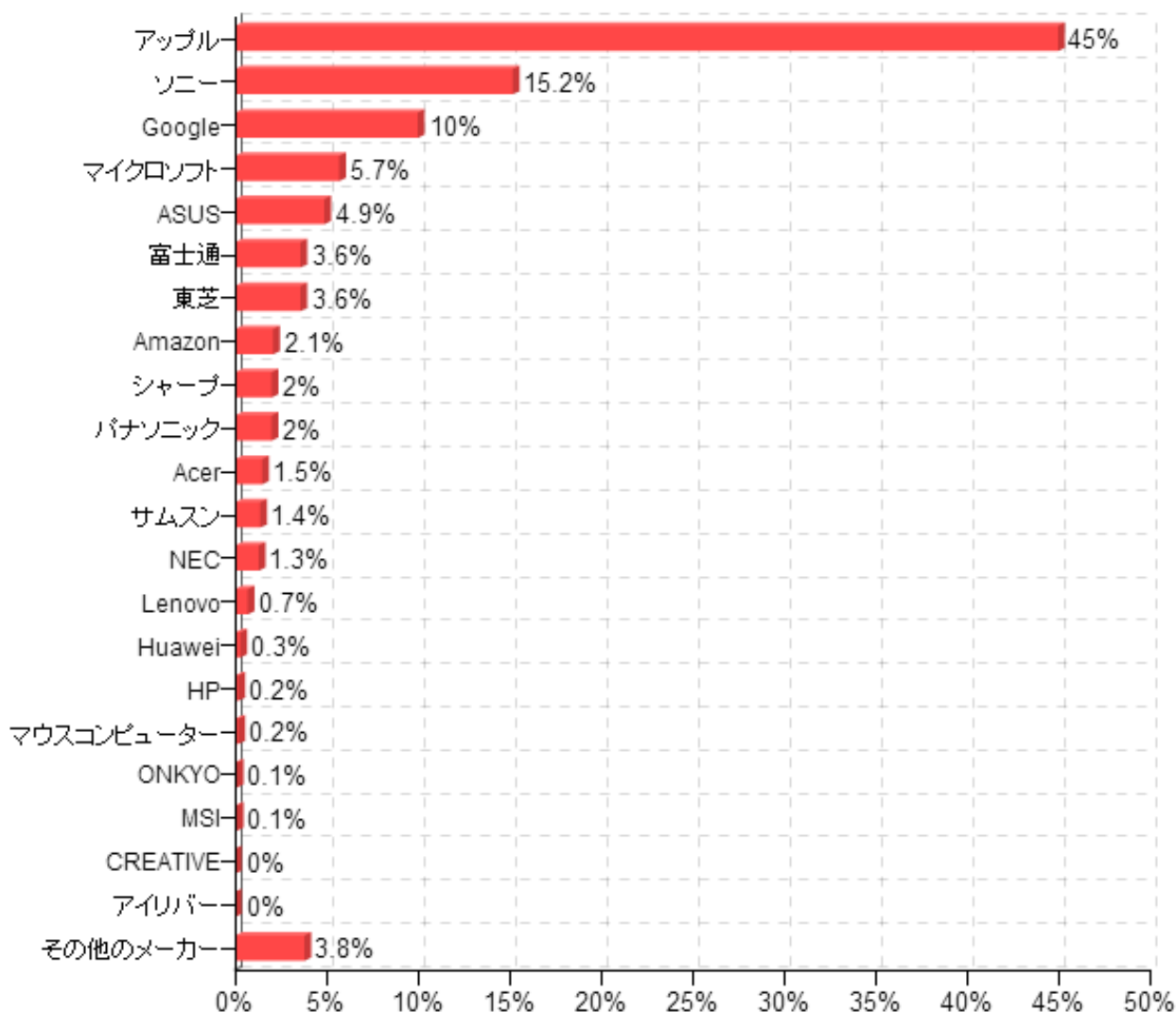


今後購入を検討したいメーカー：「アップル」(45.0%)がダントツも、相対的には人気にやや陰り。「Google」(10.0%)と「マイクロソフト」(5.7%)を抜いて、「ソニー」(15.2%)が健闘

所有端末メーカーの割合と同じく、アップルが45.0%でダントツとなった。現在の所有割合とほぼ同率であることを考えると、今「iPad」を利用している人が、次もまた同じ「iPad」の後継機を購入して乗り換えようと考えているものと思われる。ただし、こちらに関しても、昨年調査時（2012年7月）には、55.6%と過半数を超えていたことを考えると、相対的には「iPad」人気にやや陰りが出てきたと言える。

アップル以外の陣営では、ソニーが15.2%と健闘しており、Googleの10.0%や、マイクロソフトの5.7%を大きく上回った。ソニーは現在10.1型フルHD液晶搭載の「Xperia Tablet Z」の評判の良さが高評価につながっているようだ。なお、ソニーは昨年調査時には7.6%だったのでほぼ倍増。Googleやマイクロソフトは昨年調査時にはメーカーとして認知されていなかったため、いきなりの上位登場ということになった。

【図 10. もっとも欲しいと思うタブレット端末のメーカー】



**総評(一部抜粋): 鎌田剛 カカコム メディアクリエイティブ部 部長**

今回調査におけるタブレット端末の所有率は、半数近い 46.9%という結果になった。回答者が、新デバイスに積極的な価格.com ユーザーであることを差し引いても、相当高い所有率である。購入時期は、昨年 2012 年の 10~12 月がもっとも多く、ちょうど、アップルの「iPad mini」や Google の「Nexus 7」といった人気の 7 インチタブレットが本格的に普及し始めた頃と合致する。実際、タブレット所有者の中でも 7 インチタブレットの所有比率は 4 割を超えており、前述の 7 インチタブレットが、所有率を急速に押し上げたものと思われる。そういう意味では、タブレット端末の本格的普及はまだ 1 年足らずといったところで、この 1 年足らずの間に、タブレット端末は急激に普及したと言っていい。

メーカー別に見ると、「iPad」のアップルが全体の半数近いシェアを占めているが、半数には及ばず、これ以外の Android、Windows 陣営のタブレット端末が急激にシェアを拡大していることがわかる。Android 陣営では、「Nexus 7」が大ヒットした Google が 1 割以上のシェアを占め、「Nexus 7」の製造元でもある ASUS や、高画質液晶で人気の「Xperia Tablet Z」が好調のソニーがこれに続く。国内勢ではソニーが唯一健闘しているが、全体的には、海外勢が大きなシェアを占めており、国内メーカーの出遅れが現れた結果となっている。なお、OS 別に見ると、今年 2013 年に入ってから増加し始めた Windows 系のタブレット端末も 3.4%のシェアとなっており、一定の存在感を示し始めている。

タブレット端末の利用用途では、自宅のパソコン代わりに Web サイトをチェックしたり、メールをチェックしたりといった用途がメインで、ゲームや電子書籍などのエンターテインメント用途にはあまり使われていない。どちらかというところ、こうしたエンターテインメント要素は、外出先で主に使うスマートフォンのほうに求められる傾向があり、家庭内で使うタブレット端末ではそれほど利用時間は長くないようだ。同じような製品としてくられることの多い両者であるが、実際の利用用途はかなり異なっており、ユーザー側でもハッキリと使い分けしている様子が見える。

また今後、タブレット端末を購入したいかという質問に対しては、全体の約 4 分の 1 の人が「購入予定がある」としており、全体の約半数の人が「購入予定はないが欲しいと思っている」と回答した。合計すると、全体の約 4 分の 3 の人が、今後もタブレット端末を購入したいと回答しており、端末の買い増しや乗り換えの需要なども合わせて見ても、今後もしばらくはタブレット端末の需要は高いレベルで推移すると思われる。

※詳細結果、総評全文および過去のリサーチアーカイブは以下 URL をご参照ください  
<http://kakaku.com/research/backnumber.html>

**【調査パネル】**

調査エリア：全国 調査対象：価格.comID 登録ユーザー

調査方法：価格.com サイトでの Web アンケート調査

回答者数：6,036 人 調査期間：2013 年 7 月 11 日~2013 年 7 月 17 日

※四捨五入による端数処理のため、合計が 100%にならないことがあります。

**【価格.com サイトデータ】(2013 年 7 月末現在)**

月間利用者数 4,500 万人、月間ページビュー 9 億 2,017 万 PV、累計クチコミ件数約 1,570 万件。

<利用者内訳>PC：3,102 万人 スマートフォン：1,310 万人 フィーチャーフォン：88 万人

**【報道に関するお問い合わせ先】**

株式会社カカコム 広報担当 e-mail: [pr@kakaku.com](mailto:pr@kakaku.com)

**データの引用・転載時のクレジット表記について**

本調査結果の引用・転載の際は、必ずクレジットを明記くださいますようお願い申し上げます。

**クレジット表示例**

- ・「価格.com リサーチ」調べ
- ・購買支援サイト「価格.com」が実施した調査によると…