

各 位

2012年12月11日

株式会社インプレスR&D

<http://www.impressRD.jp/>

累積稼働台数は2012年度751万台、2017年度には3262万台と予測
個人のタブレット所有率は9.2%、法人のタブレット導入率は34.2%まで上昇
『タブレット利用動向調査報告書 2013』発売

インプレスグループで法人向け情報コミュニケーション技術関連メディア事業を手がける株式会社インプレス R&D（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：井芹昌信）のシンクタンク部門であるインターネットメディア総合研究所は、モバイルコンピューティング推進コンソーシアム（MCPC）（事務局：東京都港区、会長：安田晴彦）スマートモバイル活用委員会の監修の元に、タブレットの利用実態をまとめた『タブレット利用動向調査報告書 2013』（URL：<http://r.impressrd.jp/iil/tablet2013>）の販売を12月13日（木）より開始します。

2010年に発売されて以来、iPadは国内タブレット市場を独占してきました。しかしながら2012年には各メーカーからAndroid端末が次々と登場してきたことによりAndroidもシェアを巻き返しつつあります。なかでも今年9月に発売されたGoogleの「Nexus7」とアマゾンが10月から予約開始している「Kindle Fire」は注目を集めています。さらにマイクロソフトが10月に発売した新OS「Windows8」はタブレットにも対応しており、各メーカーはパソコンとタブレットのハイブリッド型のWindows8対応端末を発表しています。そして、ほかの各メーカーも、こぞって7～8インチのタブレットを市場に投入し始めています。

このようにタブレットが続々と市場に登場してきたことに加え、LTEなどによる高速通信環境やWi-Fiスポットが整備されつつあることやスマートフォンを利用したテザリングが可能になったこと、デジタルコンテンツの利用においてマルチデバイス化が進みタブレットでも利用できるコンテンツが増えたことなどから、タブレット市場はかつてないほどに盛り上がりを見せています。

そこで本報告書では、①法人におけるモバイル機器の導入決裁権者または決済関与者を対象とした「法人のタブレット利用動向調査」および、②実際にタブレットを活用している個人ユーザーを対象とした「個人のタブレット利用動向調査」③タブレット非利用者に対する「非利用者の意向調査」という3つの定量調査を実施し、タブレットの利用実態を明らかにしています。法人では「従業員規模別」「業種別」、個人では「性年代別」「OS別（iOS/Android）」のクロス軸に基づくExcelの数表とグラフもCD-ROMに収録しており、すぐに活用できます。

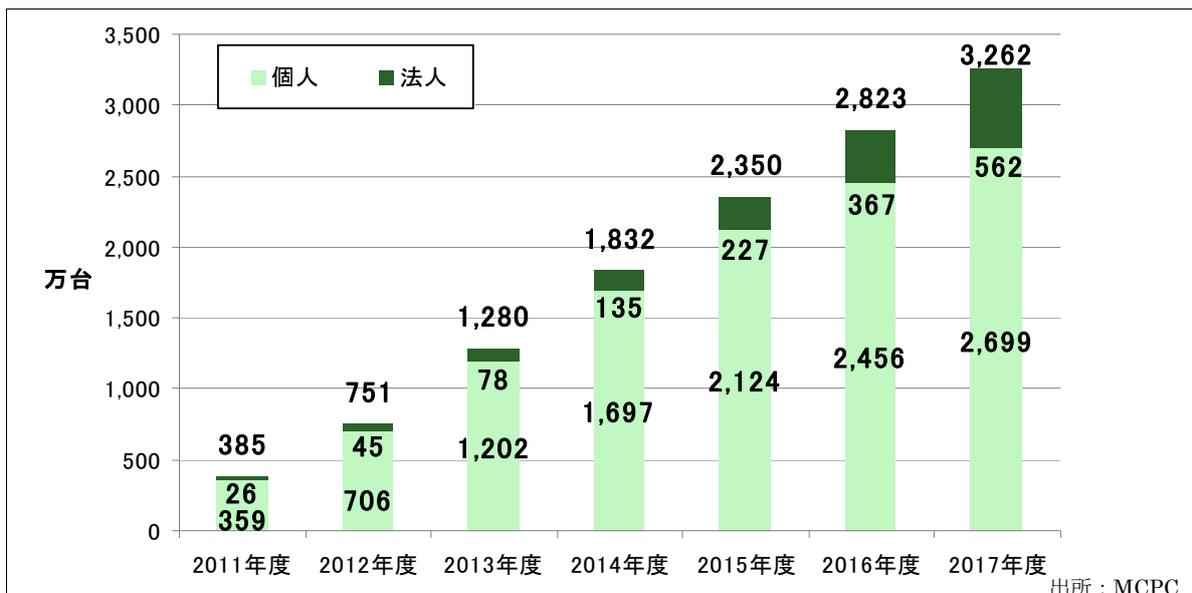
また、モバイルコンピューティング推進コンソーシアム（MCPC） スマートモバイル活用委員会の監修と寄稿により、「タブレットの動向と市場予測」「タブレットの市場展望」「企業のタブレット利用動向」などを解説しています。

<<『タブレット利用動向調査報告書 2013』の注目の調査結果>>

■タブレット累積稼働台数は、2012年度の751万台から、2017年度には3262万台に到達

MCPC スマートフォン活用委員会およびインプレス R&D は共同で調査を行い、タブレットの累積稼働台数を推計しました。2012年3月末（2011年度）におけるタブレットの契約数は385万契約（個人359万契約、法人26万契約）です。2013年3月末（2012年度）は前年比96%増の751万契約（個人706万契約、法人45万契約）となる見通しです。2012年度は、今まで市場を牽引してきたiPadに加えて、Android搭載端末が数多く発売されたことが影響していると推測できます。特にAndroid搭載端末はiPadなどに比べて低価格に設定されており、消費者がタブレット購入する上で選択肢が増えたことが考えられます。

今後もタブレットは順調に伸びて、2018年3月末（2017年度）の契約数は3262万契約（個人2699万契約、法人562万契約）となる見通しです。

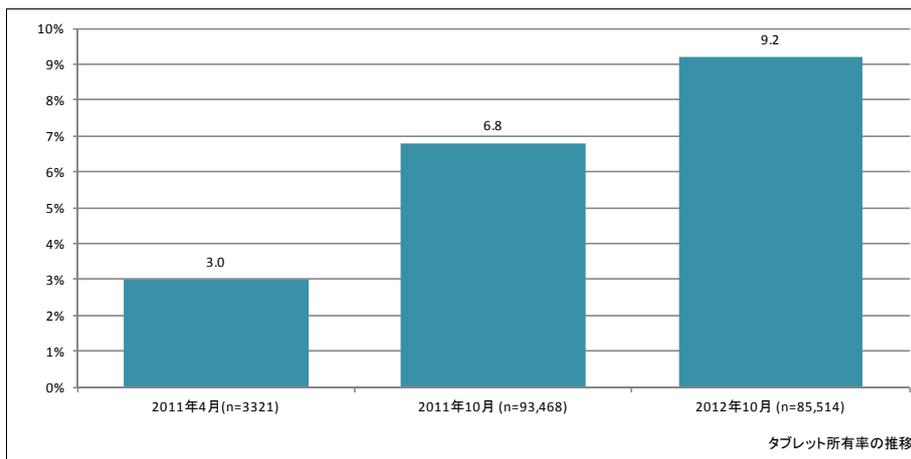


資料1 タブレット稼働台数の予測

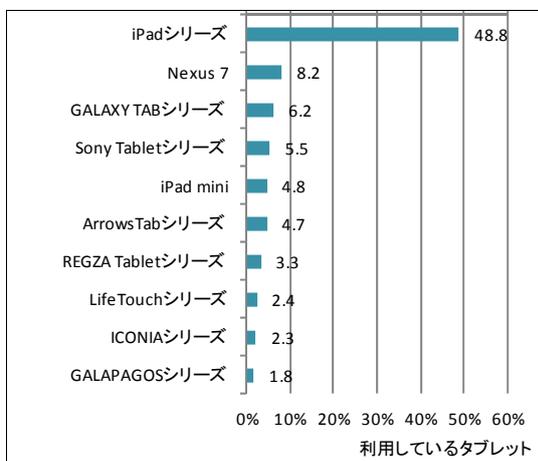
■個人のタブレット所有率は9.2%へと拡大

■タブレットユーザーの53.6%がiPadを利用、一方でAndroidがシェアを巻き返す

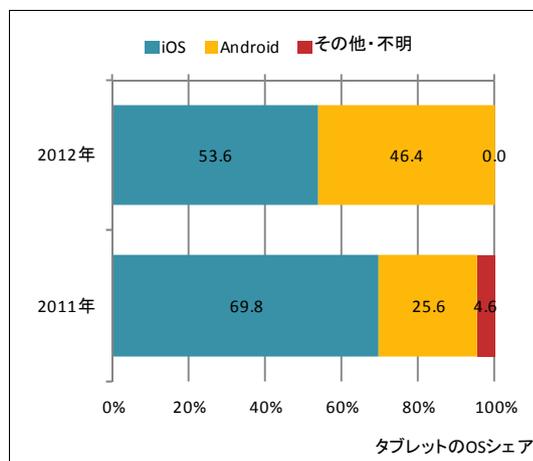
タブレットの所有率は9.2%となり、1年前の6.8%から2.4ポイントの上昇となっています。利用しているタブレットの機種ランキングでは、「iPadシリーズ（iPad mini 除く）」が48.8%でほぼ過半数と他を圧倒しています。「iPad mini」も4.8%で5位になっており、OSシェアではiOSが53.6%を占めています。Android搭載端末では、発売間もない「Nexus 7」が8.2%でiPadに続いており、以下、「GALAXY TABシリーズ」が6.2%、「Sony Tabletシリーズ」が5.5%と続きます。OSシェアはiOSが53.6%と過半数となっていますが、昨年の69.8%からは大きくシェアを低下させています。



資料2 タブレットの所有率



資料3 利用しているタブレット（上位）



資料4 タブレットのOSシェア

■タブレットユーザーは電子書籍やオンラインショッピングの利用が多い

タブレットで利用しているコンテンツやサービスでは、「ニュース・天気予報」が67.8%で最も高く、「ナビゲーションや地図」が47.7%、「オンラインショッピング」44.1%、「電車や道路など交通情報」が39.4%、「Facebook」が37.9%で続きます。また、スマートフォンユーザーと比較すると、「電子書籍」や「オンラインショッピング」「趣味に関する情報」などはタブレット利用者の方が利用比率が高い結果となっています。タブレットは、スマートフォンよりも大きな画面で表示できるメリットとパソコンよりも気軽に好きな場所で使えるメリットの2つを備えています。そうしたタブレットの特徴を活かして、ユーザーは日常生活を豊かにするコンテンツやサービスの利用が多くなると推測されます。

	タブレットユーザー (n=879)	スマートフォンユーザー (n=1639)
ニュース・天気予報	67.8%	71.7%
ナビゲーションや地図	47.7%	52.2%
オンラインショッピング	44.1%	31.2%
電車や道路など交通情報	39.4%	49.2%
Facebook	37.9%	38.7%
ゲーム	37.8%	35.6%
Twitter	36.3%	37.9%
趣味に関する情報	35.8%	25.2%
検索	31.8%	29.1%
電子書籍	28.4%	10.0%

資料5 タブレットで利用しているコンテンツやサービス（上位）

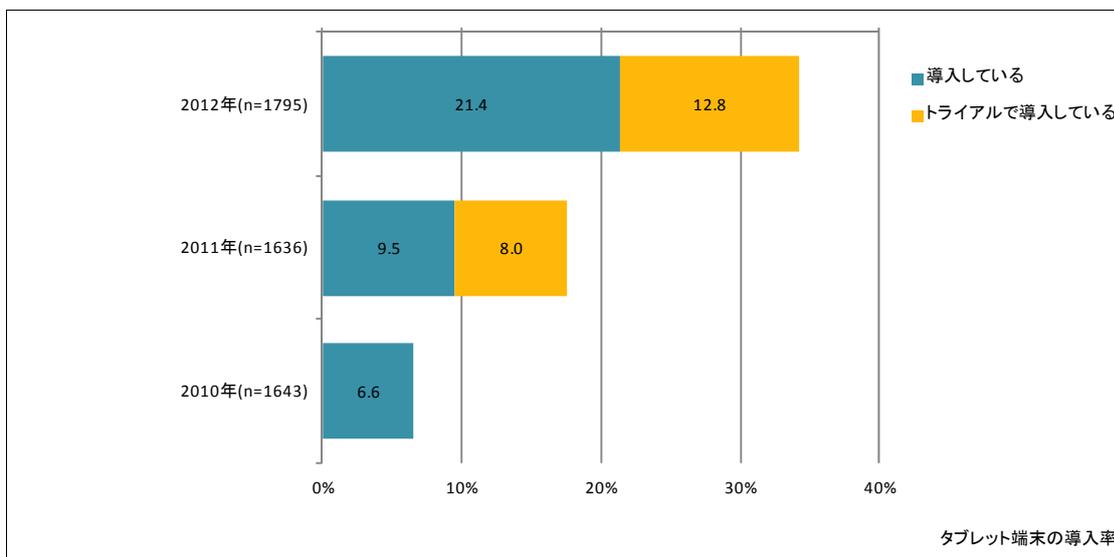
※タブレットユーザーとスマートフォンユーザーに関して10%以上差がある場合を、黄色に網掛け

■タブレットの企業導入率は34.2%まで上昇、昨年から16.7%増加

企業におけるタブレットの導入率は、「トライアルで導入している」の12.8%も合わせると、34.2%まで上昇しています。一般消費者と同様に、市場の拡大が顕著に表れています。

タブレットを利用している業務用途は、「グループウェア・イントラシステム・スケジュール管理」が45.1%で最も高く、「販売・営業管理」が43.8%、「メール」が43.0%と続きます。コミュニケーションや大画面を活かした販売関連での活用が多いと見られます。

今後は、客への提案や商品説明といった場合には9～10インチのタブレットを利用し、会社のメールやスケジュールチェックなど本人のみが利用する場合は軽量で価格も安い7～8インチを選ぶというように業種や職種、利用シーンにあわせたタブレットの利用が進んでいくと考えられます。



資料6 タブレットの企業導入率

<<調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内>>

『タブレット利用動向調査報告書 2013』

MCPC スマートモバイル活用委員会 監修

インターネットメディア総合研究所 編

<<製品形態・販売価格一覧 >>

発売日 :2012年12月13日(木)(予約受付中)

価格 :CD(PDF)版 71,400円(税込)

CD(PDF)+冊子版 81,900円(税込)

判型 :A4判

ページ数 :262ページ

詳細、ご予約は右よりご覧ください。 → <http://r.impressrd.jp/iil/tablet2013>

弊社の調査報告書は「libura PRO(ライブラ・プロ)」からもご購入いただけます(新刊は近日登録予定)。

→<https://libura-pro.com/>

※libura PRO では、誌面イメージを確認してから、ダウンロード版/CD版/冊子版を購入していただけるだけでなく、商品の興味のある一部分(現在は章単位)だけを選んで購入したり、選んだ部分を POD(プリント・オン・デマンド)で製本してご購入いただくことができます。

インプレス R&D インターネットメディア総合研究所の調査報告書は、お客様のご利用ニーズに合わせ、簡易製本の冊子版、CD(PDF)版をご用意しております。

<< 調査概要 >>

■法人のタブレット利用動向調査

調査対象:勤務先の企業において、モバイル機器の導入決裁権者または決済関与者

対象地域:全国

調査方法:PC上のインターネット調査

有効回答数:1,795

調査期間:本調査:2012年9月18日(火)~2012年9月24日(月)

■個人のタブレット利用動向調査

調査対象:【利用率調査】パソコンでインターネットを利用している13歳以上の個人

【利用者実態調査】タブレットを利用してウェブサイトの閲覧している13歳以上の男女個人

対象地域:全国

調査方法:パソコン上でのインターネット調査

有効回答数 :【利用率調査】85,514

【利用者実態調査】メイン端末としてスマートフォンを利用している人 1639

調査期間:【利用率調査】 :2012年10月5日~10月15日

【利用者実態調査】 :2012年11月21日~11月24日

■個人のタブレット非利用動向調査

調査対象:全国の13歳以上の個人

調査方法:インターネット調査

有効回答数 :936

調査期間:2012年12月3日~12月4日

<<目次 >>

はじめに

目次

第1章 タブレットの動向と市場予測

1.1 タブレットの概要

1.1.1 タブレットの定義

- 1.1.2 iPad 独占市場に変化の兆し
- 1.2 タブレットの利用状況
 - 1.2.1 タブレットの個人利用
 - 1.2.2 タブレットの企業利用
- 1.3 タブレット市場の中期予測
 - 1.3.1 出荷台数
 - 1.3.2 累積稼働台数
- 第2章 タブレットの市場展望
 - 2.1 市場を賑わす様々なタブレット
 - 2.2 タブレット利用の今後の可能性
 - 2.2.1 広がる「家庭」利用
 - 2.2.2 企業のタブレット利用事例
 - 2.2.3 企業によるタブレットを利用した先進事例と今後の可能性
 - 2.3 LTE が実現する将来のサービス
 - 2.3.1 LTE とは
 - 2.3.2 LTE 導入初期の経過処置
 - 2.3.3 LTE 成熟期
 - 2.3.4 スマート TV
 - 2.3.5 RCS-e サービス
 - 2.3.6 オール IP 化の未来
- 第3章 企業のタブレット利用動向調査のハイライト
 - 3.1 伸長する企業のタブレット利用
 - 3.1.1 タブレットの企業利用動向
 - 3.2 今後の企業のタブレット導入の鍵
 - 3.2.1 企業の意識
 - 3.2.2 企業導入の鍵
- 第4章 個人のタブレット利用動向調査のハイライト
 - 4.1 利用状況
 - 4.2 使用機種
 - 4.3 利用機能とアプリ
 - 4.4 非利用者の意向
- 第5章 企業のタブレット利用動向
 - 5.1 調査概要
 - 5.1.1 調査概要
 - 5.1.2 回答者のプロフィール
 - 5.2 導入状況
 - 5.2.1 タブレットの導入率
 - 5.2.2 利用しているタブレット
 - 5.2.3 タブレット導入により期待していた効果
 - 5.2.4 タブレットを導入した理由
 - 5.2.5 タブレット導入時に重視した項目
 - 5.2.6 タブレットで希望する画面サイズ
 - 5.2.7 タブレットでのアクセサリ利用状況
 - 5.3 BYOD
 - 5.3.1 タブレットの BYOD 状況
 - 5.3.2 個人所有の端末を業務で利用するための条件
 - 5.3.3 個人所有のモバイル機器の利用にあたっての懸念事項
 - 5.3.4 個人所有の機器の業務での利用許可に対する今後の見込み
 - 5.4 業務用途と効果
 - 5.4.1 タブレットを利用している業務用途
 - 5.4.2 タブレットで利用しているクラウドの業務用途
 - 5.4.3 タブレットを利用している社員の職種と今後の意向

- 5.4.4 タブレットを利用する場所
- 5.5 評価
 - 5.5.1 タブレット導入の満足度
 - 5.5.2 タブレット導入による効果
 - 5.5.3 タブレットの不満な点
- 5.6 今後の意向
 - 5.6.1 タブレットの新規・追加導入意向
 - 5.6.2 今後のタブレット契約台数に対する増減意向
 - 5.6.3 タブレットの BYOD に対する意向
 - 5.6.4 タブレットで利用可能性の高い OS
 - 5.6.5 タブレットを利用したい業務用途

第 6 章 個人のタブレット利用動向

- 6.1 調査概要
 - 6.1.1 調査概要
 - 6.1.2 留意事項
 - 6.1.3 回答者のプロフィール
- 6.2 所有率と所有者属性
 - 6.2.1 所有率
 - 6.2.2 所有者の属性
- 6.3 利用機種と購入状況
 - 6.3.1 利用しているタブレット名
 - 6.3.2 利用開始時期
 - 6.3.3 購入する際に重視した項目
 - 6.3.4 購入金額
 - 6.3.5 利用するようになったきっかけ
 - 6.3.6 次回買い替え時期
 - 6.3.7 次回買い替えで重視したい点
 - 6.3.8 興味のあるタブレット
 - 6.3.9 希望するタブレットの画面サイズ
 - 6.3.10 利用しているアクセサリ
- 6.4 利用環境
 - 6.4.1 利用している通信回線
 - 6.4.2 無線 LAN の利用場所
 - 6.4.3 利用場所
 - 6.4.4 利用時間帯
 - 6.4.5 1 か月の利用料金
- 6.5 満足度と評価
 - 6.5.1 利用しているタブレットの満足度
 - 6.5.2 満足している点
 - 6.5.3 不満な点
- 6.6 利用機能
 - 6.6.1 利用している機能
 - 6.6.2 業務利用の頻度
 - 6.6.3 利用しているメール・メッセージ
- 6.7 コンテンツ利用全般
 - 6.7.1 利用するアプリやコンテンツ
 - 6.7.2 利用するソーシャルメディア
 - 6.7.3 継続課金のアプリやコンテンツ利用状況
 - 6.7.4 用途別利用時間の内訳
- 6.8 アプリ利用
 - 6.8.1 アプリとウェブの比率
 - 6.8.2 利用しているアプリストア
 - 6.8.3 アプリのダウンロード経験
 - 6.8.4 ダウンロードしたことのある無料アプリのジャンル
 - 6.8.5 ダウンロードしたことのある有料アプリのジャンル

- 6.8.6 無料アプリの1か月の平均ダウンロード数
- 6.8.7 有料アプリの1か月の平均ダウンロード数
- 6.8.8 1か月の平均アプリ料金
- 6.8.9 アプリの認知経路
- 6.9 デジタルコンテンツ
 - 6.9.1 アプリ内課金の利用有無
 - 6.9.2 アプリ内課金で購入したもの
 - 6.9.3 購入した電子書籍のジャンル
 - 6.9.4 利用している有料動画のサービス
- 6.10 EC
 - 6.10.1 利用するEC
 - 6.10.2 タブレットにおけるECで購入したことのあるもの
 - 6.10.3 タブレットにおけるECでの1年間の購入金額
- 6.11 広告・マーケティング
 - 6.11.1 タブレットにおける広告の視認
 - 6.11.2 タブレットで広告を見たあとの行動
 - 6.11.3 タブレットで購読するメールマガジン数
- 6.12 タブレット利用による変化
 - 6.12.1 テレビを見ながらのタブレット利用状況
 - 6.12.2 タブレット利用による変化
- 6.13 家族利用
 - 6.13.1 タブレットの家族利用の有無
 - 6.13.2 家族がタブレットで利用している機能
- 6.14 セキュリティー
 - 6.14.1 タブレットにおけるセキュリティーに対する不安
 - 6.14.2 タブレットで実施しているセキュリティー対策
- 6.15 非利用者の意向
 - 6.15.2 購入意向
 - 6.15.3 興味のある端末
 - 6.15.4 タブレットで利用したいこと

付録 CD-ROM 集計表・グラフ(エクセル)

【モバイルコンピューティング推進コンソーシアム(MCPC) スマートモバイル活用委員会】

<http://www.mcpc-jp.org/>

モバイルコンピューティング推進コンソーシアム(MCPC)は、モバイルコンピューティングの普及促進団体として1997年に発足。端末インタフェースガイドラインやBluetoothなど多くの標準化作業に加え、セキュリティ対策ガイドラインの発行、アワードやモバイルソリューションフェアの開催、モバイルシステム技術検定やスマートフォン・ケータイ実務検定の実施を通じてモバイル業界の発展と市場拡大に貢献している。さらにワイヤレス関連技術者育成では、IEEE ComSocとも協調している。

加盟企業は2012年11月時点で173社、海外との協調団体は8つである。

また中堅・中小企業へのモバイルソリューション導入促進・支援に対しても中立性を活かした活動を実施しており、先進事例の発掘と冊子、ホームページでの掲載に加え、商工会議所とのセミナー共催やITコーディネーター向けモバイルソリューション相談窓口の設置など協力団体との連携も強めている。2008年3月に設立したスマートフォン委員会とモバイルシステム活用委員会を2012年4月に統合して、スマートモバイル活用委員会を発足。2012年市場の予測・啓発、導入構築の指針作りなどの活動をしている。

【株式会社インプレスR&D】 <http://www.impressRD.jp/>

インプレス R&D は、Web ビジネス関係者、ワイヤレスブロードバンド技術者、放送・通信融合およびデジタル家電関係者、ICT を活用するビジネスマンなど、インターネットテクノロジーを核としたあらゆる分野の革新をいち早くキャッチし、これからの産業・社会の発展を作り出す人々に向けて、クロスメディア事業を展開しています。

【インプレスグループ】 <http://impress.jp/>



株式会社インプレスホールディングス(本社:東京都千代田区、代表取締役:関本彰大、証券コード:東証 1 部 9479)を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「医療」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ+サービスを提供するメディア事業を展開しています。2012年4月1日に創設20周年を迎えました。

【購入に関するお問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D オンライン販売部

〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

フリーダイヤル:0120-350-995(平日 11時~12時、13時~17時) FAX:03-5213-6297

電子メール: report-sales@impress.co.jp

【内容に関するお問い合わせ先、報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D インターネットメディア総合研究所 編集担当:河野

〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

TEL:03-5275-1087 FAX:03-5275-9018

電子メール: im-info@impress.co.jp、URL: <http://www.impressRD.jp/>