

# 日本のコンサルタントの見解

## タブレット

### デロイトが示すタブレット市場の現状

本章では「タブレットの市場はピークに達したのか」というテーマで、デロイトによる市場予測データを紹介している。それによると、2016年に1億8200万台のタブレット端末が販売されたのに対して、2017年の販売予測は1億6500万台に留まっており、急速な落ち込みではないものの、前年比で約10%減と予測されている。

タブレット低迷の理由の一つとしては、スマートフォンやPCといった他デバイスと比較して、デバイスとしての立ち位置や提供価値が曖昧であり、画面の大きさや機能面でも他のデバイスとの差がなくなりつつあることが挙げられている。米国のデータでは、ユーザーにとって大切な三大デバイスとして挙げられた割合は、スマートフォン(76%)、ノートPC(69%)、デスクトップPC(57%)が多く、タブレットは29%で他を下回っている。一方で、9歳以下の子どもなど特定のセグメントではタブレットの購入・利用が続いており、デバイスとしてのニーズは無視できない一面も残されている。

### グローバルでのトレンドと日本市場との比較

データから見る限り、グローバルのマクロトレンドとしては、タブレットは製品ライフサイクルにおいて、一定のピークを迎え、成熟期に到達したと捉えることができる。しかしながら一方で、グローバルと日本市場のトレンドを比較すると、日本においてはグローバルとは全く異なった市場性が見て取れる。

デロイトは、「世界モバイル利用動向調査」(Global Mobile Consumer Survey, 以下MCS)と題して、日本を含めたグローバルでの調査を毎年実施している。2016年は、PCによるオンラインアンケートを通じて、世界31ヶ国、計53,000人を対象に調査を実施した。レポートではデバイス所有、携帯電話の入手、携帯電話事業者、携帯電話を利用したコミュニケーション、携帯電話の利用習慣、モバイルペイメントについて分析しているが、その中で一部タブレットについても扱っている。当調査結果をもとに、日本市場とグローバル市場の違いについて見ていくことにしたい\*53。

### ① 日本におけるデバイスの購入意向/所有率

2016年の調査結果では、日本は他国と比較してタブレットだけでなくそもそも全体的にデバイスの所有率が低いという状況になっている。他の先進国では7割を超えているスマートフォンの所有率は、日本は全体平均で51%にとどまっている。電子書籍リーダーについては、イギリスやドイツのように所有率が20%を超えている国がある一方で、日本はわずか4%との結果になった。タブレットの所有率は、欧米・アジア各国ではおよそ30%前後の中、日本の所有率は大型タブレットが10%、小型タブレットが15%に留まっている。

日本のデバイス市場については、他の統計においても同様の結果が提示されている。国内タブレット端末出荷台数の調査では、2016年の総出荷台数が前年比9.8%減の851万台となり、2010年の出荷統計開始以来、初の前年割れとなっている\*54。関連する別の統計においては、グローバルでおおよそ2.7億台/年のタブレット出荷台数(2017年予測値)の内、日本向けが占める台数は850万台で、世界市場の約3%に留まっている\*55。

また、日本は他国と比較すると新しいデバイスへの反応感が非常に鈍い。MCSにおける「新しいデバイスに対してどのような行動を取るか」という問いに対して、他の先進国では「すぐ最新のデバイスを購入する」と回答した比率が4~15%だが、日本はわずか1%に留まる。「非常に気に入った場合、最新のデバイスを購入する」という回答も、他国ではおよそ30%~50%である一方で、日本では13%である。このようなデータからはそもそも日本においては、まだデバイスの市場が十分に形成されていないことが示唆される。

### ② 日本のユーザーの行動特性

2016年のMCSの結果では、日本市場のもう一つの特性として、消極的な消費者像が挙げられている。携帯電話事業者はタブレットを含めたデバイス購入者・利用者のため、様々なサービス(コンテンツ、決済、セキュリティ等)を提供している。携帯電話利用者に対して「現在利用中の携帯電話事業者が提供する通信サービスに付随したオプションサービスは何か」という問いに対して、韓国やフランスでは家庭向けのブロードバンドやケーブルや衛星テレビサービスを契約している割合が高く、携帯電話事業者が提供する付随サービスを積極的に利用している状況が伺える。

一方日本では、サービスについて認識はしていたが、いずれのサービスも契約していないと回答した割合は44%で、いずれのサービス内容も知らないと回答した割合と合計すると半数以上にのぼる。この結果からは、そもそも日本ではタブレットを含めたモバイルデバイスで、回線利用以外の多様な新サービスにアクセスできること自体が認知されていないことが示唆される。

\*53 デロイトトーマツ コンサルティング合同会社, “世界モバイル利用動向調査”: <https://www2.deloitte.com/jp/mcs2016>

\*54 2016年国内タブレット端末出荷概況, MM総研, 2017/2/27, <https://www.m2ri.jp/news/detail.html?id=226>

\*55 富士キメラ総研, 「ワールドワイドエレクトロニクス市場総調査2015」, 2015, p.245-250

## まとめ

世界的にはデバイスの普及が進み、タブレットのような一部のカテゴリでは早くも普及がピークに達する一方で、日本ではそもそも市場自体が十分に形成されておらず、デバイス普及が低調である。今後小売り、キャリア、メーカーともにデバイス普及に向けた価値の訴求とその着実な実行のための取組が必要となるだろう。

日本での興味深い動向としては、法人市場における特定用途でタブレット市場を底支える動きが存在していることが挙げられる。例えば、教育領域においては、タブレット×クラウドサービスの掛け算で教育現場の課題に対して解決策を訴求する取組が存在している。紙媒体での出欠情報を教員室でPCに再入力するような二度手間に対し、出欠情報をタブレットで簡単に入力させ、さらに出欠情報のみならず、テスト結果、クラブ活動の履歴など、生徒の情報をサービス上で一元管理することで、教員業務や生徒の学習効率を大きく向上させることに成功している\*56。

このような取組は、省庁レベルの取組の方向性とも整合するものである。文部科学省の「2020年代に向けた教育の情報化に関する懇談会」では、「1人1台タブレット環境」によるデータの効果的活用と個に応じた学習指導・学校経営を支援するスマートスクール構想を検討している\*57。教育市場向けタブレットは、教材・学校経営の合理化という明確な提供価値があることから、今後も一定規模の出荷台数が見込まれると考えられる。

今後のタブレット市場は、前述のような課題解決型の法人向け需要が全体を底支えることで、市場全体は横ばいで推移していくのではないだろうか。事業者は、日本の法人市場のローカルニーズを考慮した上での提供価値の明確化やデジタルテクノロジーを活用した顧客体験の革新、単なる端末売りに留まらないビジネスモデルの創造等、着実な事業開発により活路を見出していくべきである。

折しも、2017年3月に発表された300ドル台のiPadはApple社の教育市場攻略の鍵と位置付けられていると考えられる。Apple社はこの端末販売に併せて、教育現場でApple製品を使用している教育者を支援する「Apple Teacher」のサービスの提供を開始した。同サービスでは、iPadを教育で生かすポイントや、使い方、生徒に対するゴール設定、教師間の連携といったアイデアが提供され始めている\*58。

このような教育向けサービスが市場全体におけるタブレット普及の促進につながるかは今後注視する必要があるものの、Apple社の事例は教育現場に対する学習の高度化・効率化のための明確な価値提案として注目すべきである。他の事業者においても、タブレットの利点を生かしつつ、ニーズに即した形での具体的なソリューションの提案が考慮されるべきであると考えられる。

## 日本担当者



亀割 一徳  
Kamewari, Kazunori

デロイト トーマツ コンサルティング  
合同会社  
マネジャー

外資系コンサルティング会社、IT企業における事業開発を経て、現職。テレコム・ハイテク産業において、新規事業・マーケティング革新・業務改革を中心としたプロジェクトを担当している。

\*56 ソフトバンクとベネッセの合併会社Classiが提供する学習支援クラウドサービス、2015年度に全国120校以上の高校・中学で正式採用～タブレット活用台数で日本最大規模～、ソフトバンク株式会社、2015/5/8: [http://www.softbank.jp/corp/news/press/sb/2015/20150508\\_01/](http://www.softbank.jp/corp/news/press/sb/2015/20150508_01/)

\*57 文部科学省、「2020年代に向けた教育の情報化に関する懇談会」: [http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shotou/zyouhou/1369482.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/zyouhou/1369482.htm)

\*58 アップルジャパン, "Apple Teacher": <http://www.apple.com/jp/education/apple-teacher/>