

16

2011年のタブレット端末の市場規模は？

コンシューマーで100万台以上に

アップル「iPad」が2010年6月に発売を開始してから半年余り。国内でもタブレット端末の注目度は着実に高まっている。

MCPC(モバイルコンピューティング推進コンソーシアム)は2010年11月、タブレット端末の利用状況と市場予測を発表した。

それによると、タブレット端末を「知っている」87%、「個人で所有」4%、「会社支給・貸与」1%と認知率は92%に上り、発売から短期間にもかかわらず急速に浸透していることがわかる(図表1)。

また、タブレット端末の市場規模については、2010年度第4四半期にサムスン電子「GALAXY Tab」、シャープ「GALAPAGOS」など端末の種類が増えることで出荷台数が伸び、年度末には101万台(個人84万台、企業17万台)になると予測する。

タブレット端末が好調な理由について、MCPCスマートフォン推進委員

会の佐野紳也氏は「ネットブック並みの価格で購入しやすいうえ、PCと比べて操作しやすく、高齢者や子供など家族全員で使えるので活用の幅が広い」と指摘する。

効果が明確なタブレット端末

また、タブレット端末は企業の導入意欲が高いことも特徴だ。

この点については「タブレット端末は営業のプレゼンなどに適しており、販促や受注につながるなど効果が見えやすい(佐野氏)と説明する。

スマートフォンは社員間の情報共有やコミュニケーションなどにより業務効率化を実現するが、コストダウンなどの具体的な費用対効果は見えにくいと言われる。その点、タブレット端末は売上拡大など効果が明確なため、企業での導入がよりスムーズに進展することが期待できるという。

ただ、部門単位といった大規模な



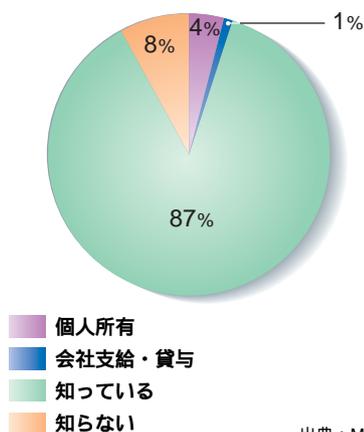
タブレット端末は企業の導入意欲も高いといわれる

導入案件になると、システム対応などに時間がかかる。場合によっては、次のシステム更改の時期まで待たなければならないこともある。そのため、導入から稼動まで半年～1年の時間差が生じることも珍しくないという。

一方、コンシューマー向けでは動画や電子書籍などタブレット端末に適したコンテンツが充実してくることで、タブレット端末の普及に弾みがつくと見られる。

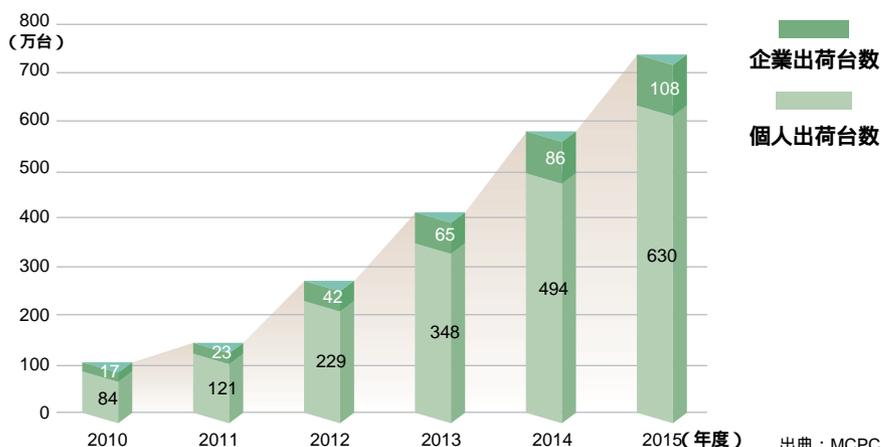
こうしたことから、MCPCでは2011年度の出荷台数144万台のうち121万台が個人で、法人は23万台にとどまるが、2012年度にかけては法人も42万台とほぼ倍増し、その後は個人と法人とも順調に市場が拡大すると見ている(図表2)。

図表1 タブレット型端末の利用状況



出典：MCPC

図表2 タブレット型端末の市場予測



出典：MCPC