

平成 24 年 3 月 30 日

電通総研、タブレット端末の日米利用実態を調査

～米国ではタブレット利用が日常化。電子書籍利用や TV・ソーシャルメディアとの連携などで先行～

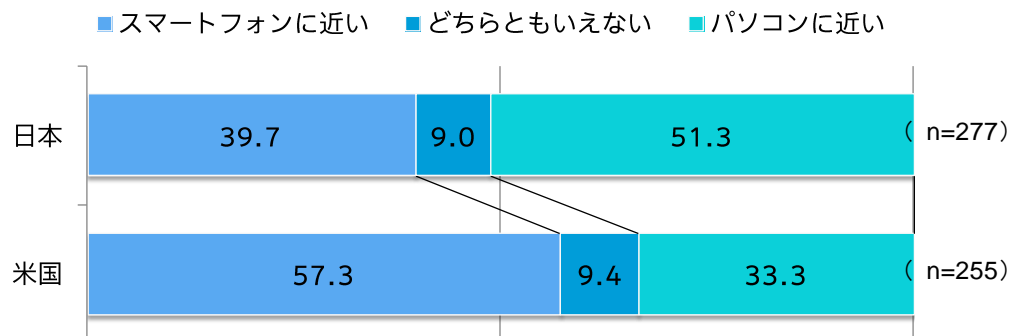
電通総研では、タブレット端末やスマートフォンなどのデジタル機器を保有する利用者が、複数の端末をどのように使っているのかに注目し、日米で調査を実施しました。

現在、日米ともにスマートフォンが急速に普及を遂げつつあります。しかし、米国ではそれだけにとどまらず、今年 1 月には 18 歳以上人口の 19% にタブレット端末が普及し、利用者は先端層から一般層へと広がりを見せています¹。

このような変化のなかで、パソコン、スマートフォン、タブレット端末など複数のデジタル機器の保有者が、これらの端末上でメディアやコンテンツをどのように使い分けているのかが注目されます。そこで、電通総研が昨年発表した『米国 iPad 利用実態調査』に続き、今回は、日米ともにこれら複数端末の保有者に注目し、メディアやコンテンツの利用動向を調査しました。

- 1) 【タブレット端末の位置づけ】タブレットの利用イメージについて、日本では「パソコンに近い」と考える人が多い（51%）のに対し、米国では「スマートフォンに近い」と考える人のほうが多い（57%）。米国では、タブレット端末が、よりアプリやコンテンツを利用するための機器として位置づけられ始めていることがうかがえる。

タブレットはスマートフォンと
パソコンのどちらに近いか（日米比較）

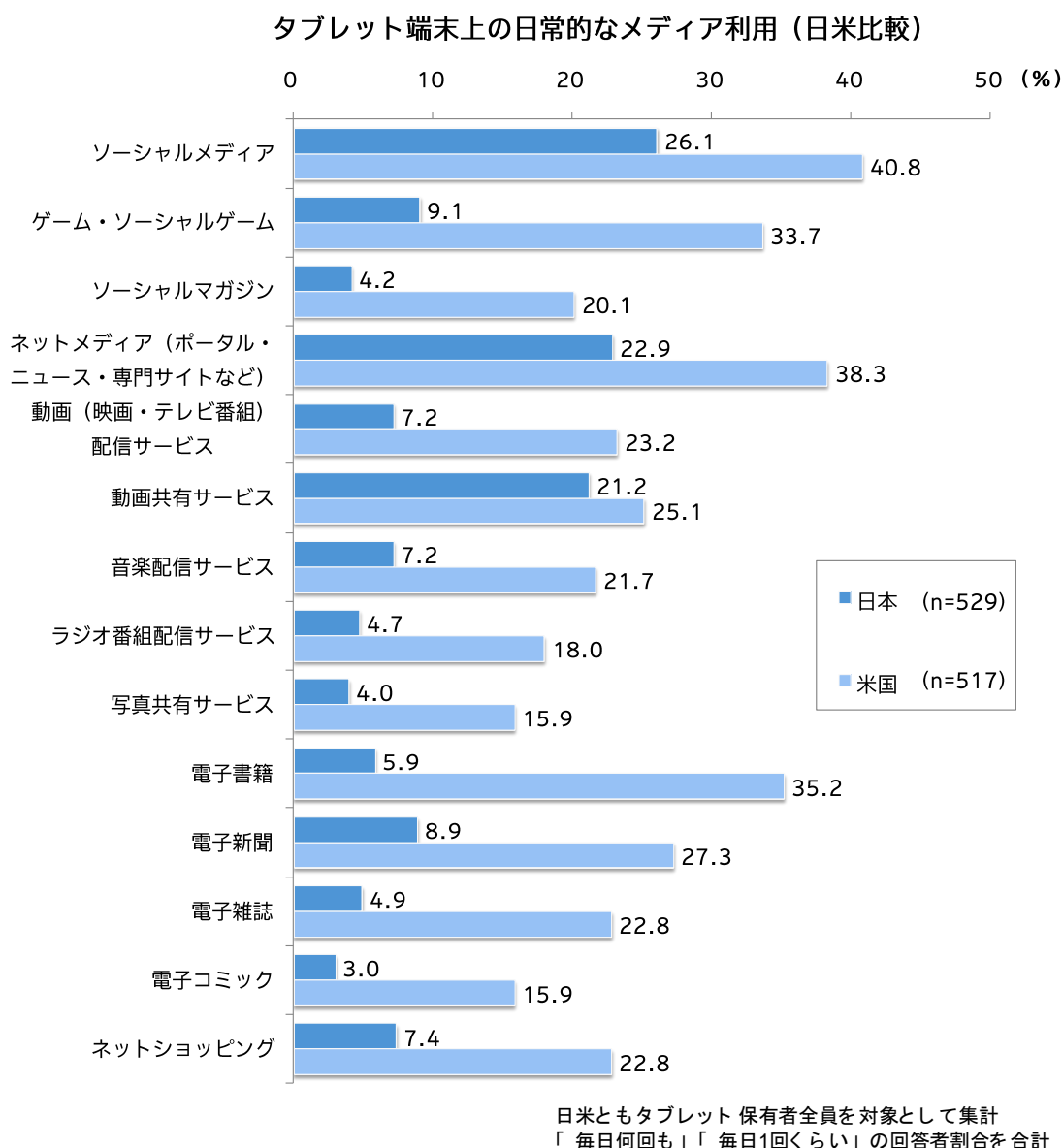


タブレット・スマートフォン両方を保有する人が回答

¹ 米 Pew Research Center 調べ

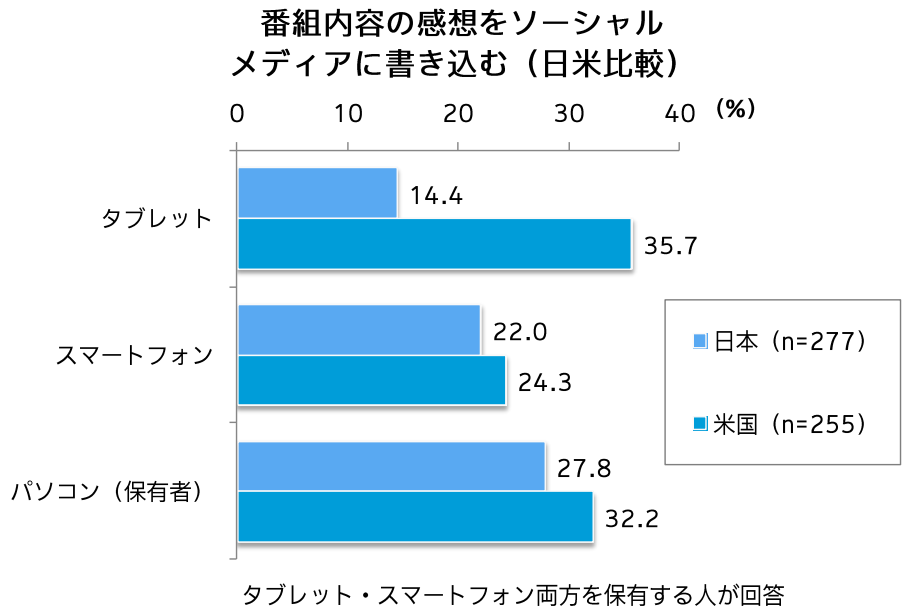
<http://pewresearch.org/pubs/2176/tablet-computers-ebook-readers>

2) 【タブレット端末上でのメディア利用】米国では、タブレットを使って、日常的に数多くのメディアやコンテンツの利用が行われている。これに対し、日本ではソーシャルメディア（26%）や動画共有サービス（21%）などを除くと、タブレット保有者による毎日のサービス利用は多くはない。特に、電子書籍の利用では、米国（35%）と日本（6%）の差がみられる。

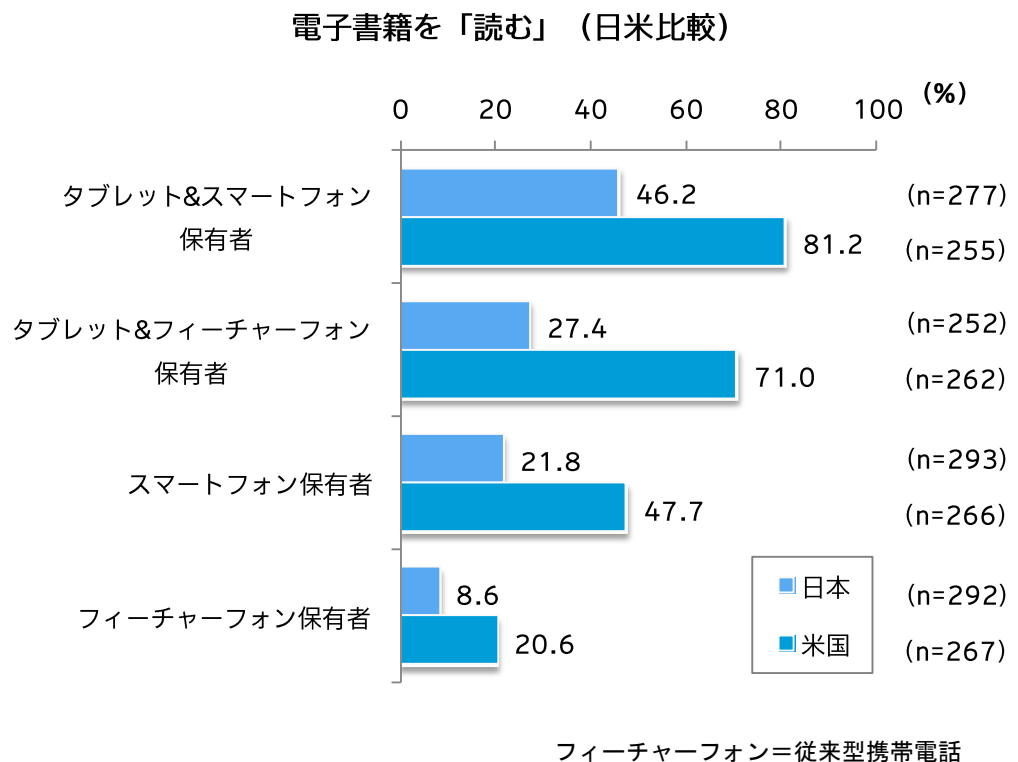


3) 【テレビとソーシャルメディアをつなぐタブレット端末】テレビ番組の感想をソーシャルメディアに書き込む際に米国のタブレット保有者の36%がタブレット端末を利用している。これはスマートフォンで書き込む人（24%）よりも多い。米国ではタブレット端末が、家庭のリビングでテレビとソーシャルメディアをつなぐものとして利用され始

めていると考えられる。

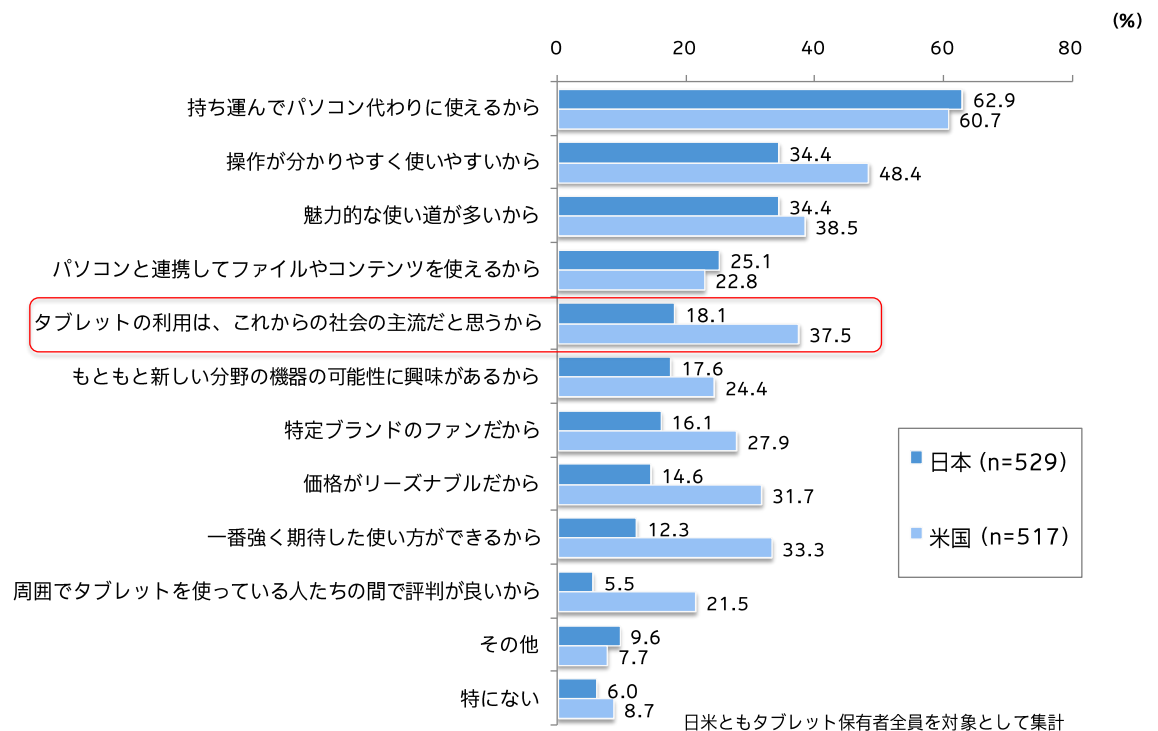


4) 【電子書籍を読む習慣が定着する米国】電子書籍を読むかどうかについて端末保有属性ごとに調べてみると、日米ともにタブレットとスマートフォン両方を保有する人の間で「読む」と回答した人の割合が最も多くなった。特に米国ではタブレットを保有する人の間で70%~80%の人が電子書籍を読んでおり、習慣の定着ぶりがうかがえる。



5) 【タブレットをめぐる社会的関心の喚起が普及を後押し】米国では「タブレットの利用がこれからの社会の主流だと思う」(38%)という未来への期待が、日本(18%)と比べて特に大きい。米国では2010年以降、特に端末やサービスの開発者・提供者やメディアが、タブレットという新分野そのものについての構想や意見を積極的に掲げて競争している。そのような状況が、タブレットの現実の普及を下支えし、後押ししていると考えられる。

タブレットを保有・利用する理由(日米比較)



■まとめ：日本のタブレット利用の本格化と定着に向けた鍵

今回の調査では、複数のデジタル機器に占めるタブレット端末の利用イメージと利用実態は、日米の間で大きな違いがあることが明らかになりました。

米国ではタブレット向けに多くのコンテンツやメディアサービスが提供されるようになった結果、情報処理端末やインターネット閲覧端末の役割を超え、パソコンともスマートフォンとも異なる新たなエンターテインメントメディアの受け皿としてのイメージが形づくられています。

米国におけるそのようなイメージは、現実にタブレット保有者の間で電子書籍を読む習慣が幅広く定着していることや、テレビ番組を見ながらタブレットでソーシャルメディアに参加する、といった実際の利用行動の広がりによっても裏付けられました。

今回の調査結果全体を踏まえると、日本でも今後、時間の経過とともに複数のデジタル機器を使い分ける傾向が、徐々にはっきりしてくると考えられます。その中でタブレットの強みを期待できる場面としては、たとえば、電子書籍などの“読み物”を楽しんで比較的ゆっくりと時間を過ごす場面や、リビングで大画面テレビをメイン画面として視聴しつつ、タブレット端末をサブ画面として関連情報を見ながら過ごす「マルチスクリーン」型の視聴などが考えられます。

さらに、日本で多く見られるタブレット利用の特徴として、家族のメンバーが家の中で代わるがわる使ったり、興味を持った情報を画面に表示して親しい相手と一緒に見たりする人が多い点が挙げられます。今後、タブレットは日本でもよりパーソナルな機器になっていくと考えられますが、それでも身近な人どうしが場を共有しながらリッチな情報を共に楽しんだりコミュニケーションをはかったりする際のメディアとして進化を遂げる可能性もあります。

このように、今後、利用者がタブレットを手にする生活場面や気分ヒントを得たコンテンツやサービスの提供が進めば、日本における利用は更に本格化し、定着していくものと考えています。

■日米タブレット受容比較調査 概要

- ・調査時期：2012年2月1日～13日（日本）
2012年2月8日～20日（米国）
- ・調査地域：日本（東京都全域） 米国（ニューヨーク州全域）
- ・調査方法：インターネット調査パネルを利用したウェブ調査
- ・調査対象者およびサンプル数：20代以上男女（詳細は以下の通り）

割付条件	詳細条件	日本 (東京都)	米国 (ニューヨーク州)
タブレット&スマートフォン保有者	スマートフォンは、iOSおよびAndroid搭載端末に限定	277	255
タブレット&フィーチャーフォン保有者	スマートフォン非保有者に限定	252	262
スマートフォン保有者	iOSおよびAndroid搭載端末に限定	293	266
フィーチャーフォン保有者	スマートフォン非保有者に限定	292	267

今回の調査では、日米比較にとどまらず、両国それぞれのユーザーによるデジタルメディア機器の組み合わせ利用の状況を幅広く分析しています。

■問い合わせ先

電通総研 メディアイノベーション研究部

mediainnovation@dentsu.co.jp

電話：03-6216-8093（美和・井上）