

CE 部会では有望市場への取り組みの一環として、平成23年度に新情報通信端末動向検討WGを設置し、ICT技術を活用した新情報通信端末の動向調査を実施しました。

本調査ではモバイルノートPC（画面サイズが14型未満のノートPC）、タブレット端末、スマートフォン、電子書籍端末、フォトフレーム端末を対象とし、一般消費者・法人の両観点から、各新情報通信端末ユーザの利用動向・購入意向を調査すると共に、普及にあたっての課題抽出等を行いましたので、その概要についてご紹介します。

## 1. 一般消費者調査

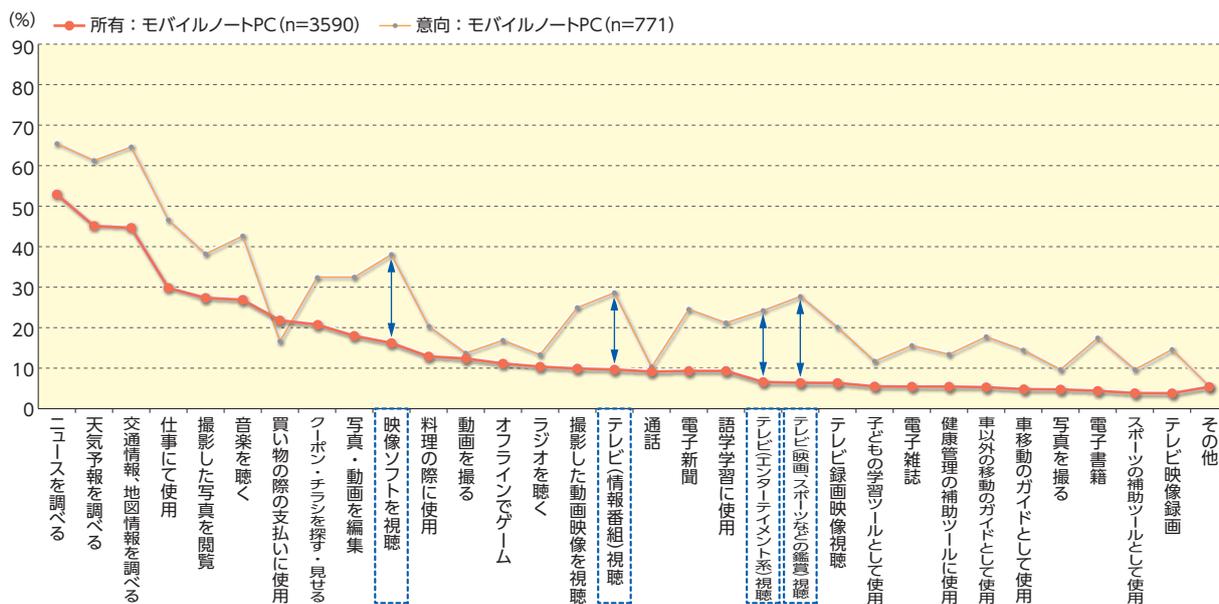
一般消費者の所有率では、モバイルノートPCが約30%と最も高く、スマートフォン、フォトフレーム端末、タブレット端末、電子書籍端末の順となり、5年以内の購入意向では、スマートフォンが約30%と最も高く、今後も順調に市場を拡大していくと考えられます。それ以下はタブレット端末、モバイルノ

トPC、電子書籍端末、フォトフレーム端末の順となっています。

モバイルノートPCやタブレット端末の所有者の使用用途としては、主にニュースや天気予報、交通情報・地図情報といった情報収集系を用途としたものが多く、スマートフォンでは通話、天気予報、写真撮影等となっています。また、モバイルノートPCやタブレット端末では、映像ソフトやテレビ（情報番組）の視聴等、意向はしているものの実際の使用率は低い用途も多く見られ、所有者の利用実態と購入意向者が期待する使用用途に差が生じる状況となっています。一方、スマートフォンではこのような利用実態との差異はありませんでした。

また、各新情報通信端末の所有者によるAV機器との連携用途について調査したところ、タブレット端末、スマートフォンにおいては、外出先からのレコーダ録画予約、録画映像の転送・視聴等のレコーダとの連携意向やデジタルオーディオプレーヤ、カーナビとの連携意向も見られ、購入意向者においても

\*ジーエフケー・カスタムリサーチ・ジャパン(株)への委託によるオンライン調査結果。  
回収数：7,778サンプル。自然回収を行い、国勢調査と同じ性・年代への比率へウェイトバックを実施。



所有者の使用用途・意向者の使用意向用途：モバイルノートPC

全体的に連携使用の意向は高い結果となりました。

今回の調査から、モバイルノート PC の購入意向者には、映像ソフト視聴等の意向が見られることから対応機の普及拡大が必要であり、タブレット端末では、購入意向者の製品に対する使用用途の期待は高いものの、所有者には使いこなせていない傾向があり、総合的な使いやすさの向上が望まれます。また、スマートフォンについてはフィーチャーフォンの代替となっていくことに加え、デジタルオーディオプレーヤーの代替になると考えている意向者も存在していますが、所有者、意向者のいずれも他製品との連携した利用は、あまりイメージ出来ておらず、連携利用に関する機能の一層の認知向上等が必要です。

## 2. 法人調査

法人における導入率では、モバイルノート PC が50%と最も高く、スマートフォン、タブレット端末の順となり、5年以内の導入予

定では、タブレット端末が約15%と最も高く、スマートフォン、モバイルノート PC の順となりました。

モバイルノート PC 及びタブレット端末の使用用途としては、メール送受信、Web 閲覧、業務ファイル閲覧の割合が高く、スマートフォンにおいては通話、メール送受信の割合が突出して高く、次いで Web 閲覧、個人のスケジュール管理の順となっています。

また、導入済みの会社の使用用途と、導入予定の会社の用途を比較すると、各端末ともやや差はあるものの同様な傾向にあり、今後導入する会社も同様の傾向と考えられます。

調査結果に基づき導き出したユースケースモデルから、普及拡大に向けた課題として、セキュリティ体制の整備や軽量化等の外出先での利便性、バッテリー利用時間等に関する一層の向上や通信費、端末費の低下が必要と考えられます。

CE 部会では、今後も新情報通信端末に関する業界共通課題への対応等、市場の健全な拡大・発展に向けた取り組みを推進していく予定です。

\*ジーエフケー・カスタムリサーチ・ジャパン(株)への委託によるオンライン調査結果。  
回収数：1,173サンプル。自然回収を行い、国勢調査と同じ従業員比率へウェイトバックを実施。

