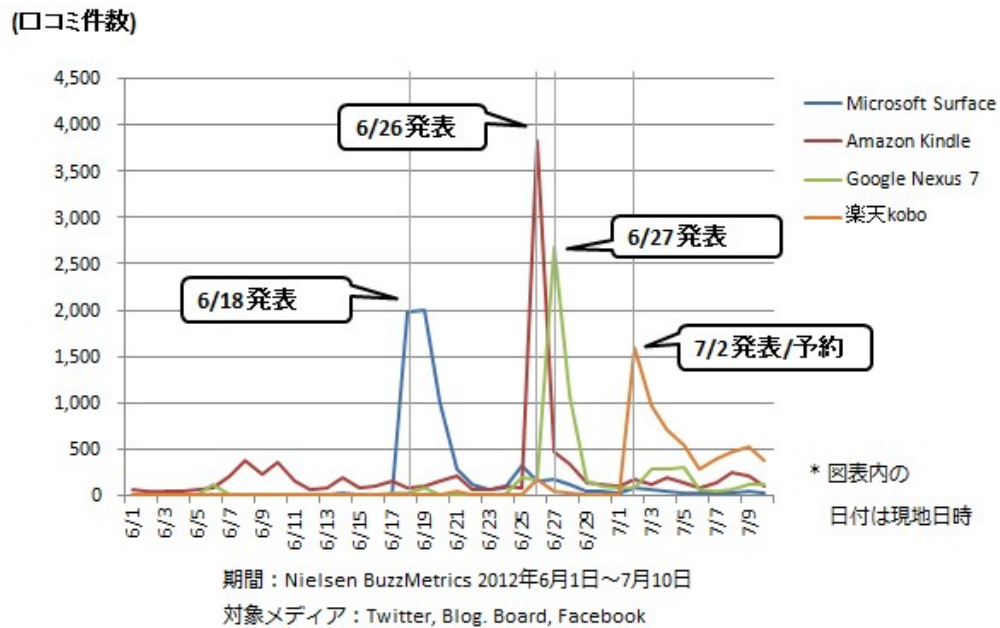


ニールセン株式会社
ソーシャルメディアでみるタブレット市場の現状
～ iPadを中心に幾つかの категорияにすみ分けされると予想 ～

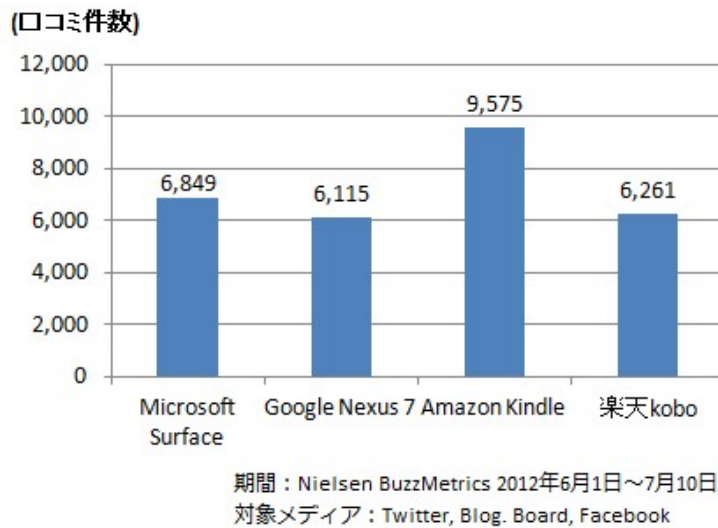
メディア視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役会長兼CEO: 福德 俊弘)は、ソーシャルメディア分析サービス「BuzzMetrics」のデータから2012年6月に新しく発表されたタブレット端末、および電子書籍リーダー端末の4機種(※)について口コミ数およびその内容をまとめました。

(※) Microsoft Surface, Amazon Kindle, Google Nexus 7, 楽天 kobo (ソーシャルメディア上で口コミ数が5,000件を超えた機種を対象としています。)

図表 1: タブレット端末、および電子書籍リーダー端末の口コミ数推移(日別)



図表 2: タブレット端末、および電子書籍リーダー端末のロコミ数 (期間: 2012年6月1日~7月10日)



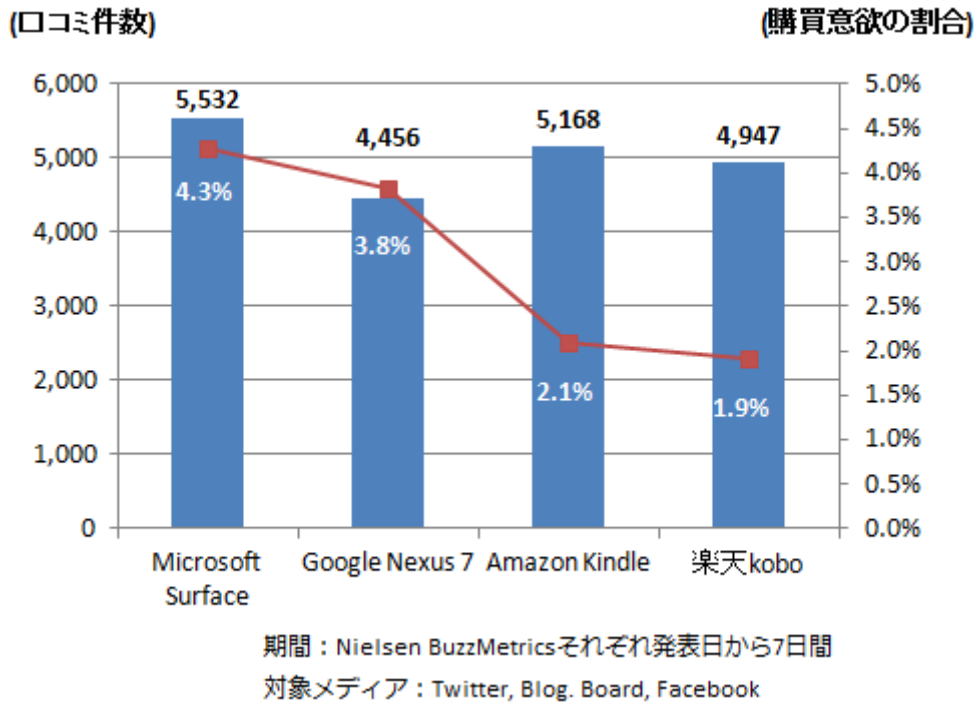
2012年6月1日~7月10日の期間中ロコミ数が一番多かったのは Amazon 社の kindle でした。電子書籍リーダー端末としてすでにアメリカで販売されていますが、6月26日に日本で近日発売するという予告報道を受け、1日で4,000件近く書き込みが発生しました。すでに存在している端末名であることから、発表日以前の書き込みもみられたため、期間合計で一番多いロコミ数となりました(図表 2)。電子書籍リーダー端末では、楽天株式会社 が 2011年に買収した kobo 社(カナダ)製の端末である kobo touch と、同社が運営する電子書籍サービスを国内でも7月19日から展開する発表を受け、1,500件程度のロコミが発生しました。同時に端末の予約も開始され、楽天人気ランキングにランクインするなど、話題が継続して発生しており、1日に平均して500件程度の書き込みが持続していることが特徴です(図表 1)。

Nexus 7は米 Google 社が販売する7インチのタブレット端末で、台湾の ASUS 社からの OEM 提供端末を自社ブランドとして発売しており、199\$と価格が安いことが特徴です。Microsoft の Surface は同社がハードまで管理し販売する初めてのタブレット端末で、ハード面ではキーボード付き、ソフト面では PC と同じ Windows OS を搭載することが特徴的な端末です。ともに日本では販売の見込みがまだ発表されていないことから、ロコミ数は発表時に一時的に盛り上がり、その後 2、3 日程度で終息する、という推移となりました。

■ 購買意欲はタブレット端末のほうが高い

次に、「買った、予約した」という購買行動、もしくは「欲しい、買いたい」という購入意欲を表す言葉が共に書かれている割合を示したのが図表 3 のグラフです。端末によって盛り上がった日にちが異なるために、ロコミ数の集計期間をそれぞれ発表日から7日間としました。

図表 3: 発表後 7 日間の購買意欲の割合比較

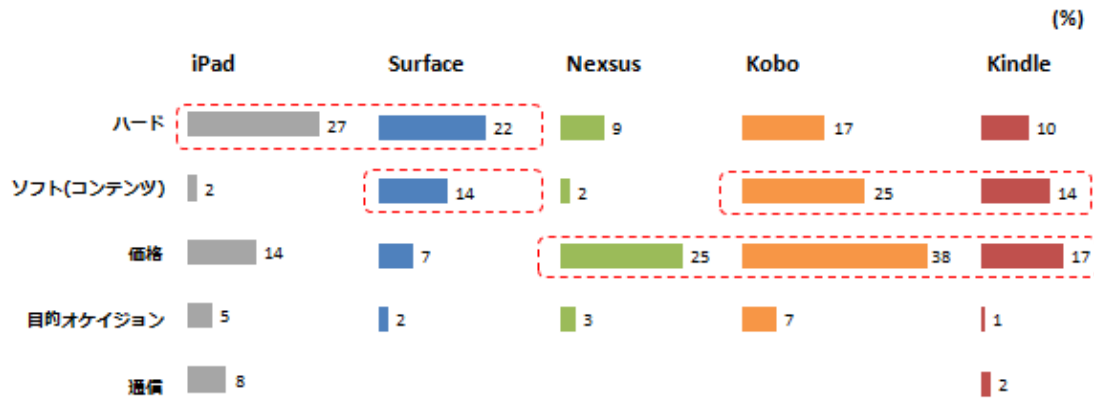


未発売の商品であり発表直後の Buzz を調査対象としたため、ニュース記事への反応が多く、購買意欲が書かれているロコミの割合は、5%以下と低くなっています。また、電子書籍リーダー端末とタブレット端末では、購買意欲が書かれたロコミ比率に 2 倍近い差が見られ、消費者のタブレット端末への期待が高いことが窺えます。

■タブレット端末はハード面、電子書籍リーダーはコンテンツと価格

次に、以下の定義に沿って、購入意欲が書かれた記事を分析し、「欲しい、買いたい」と思った時に、何を意識しているのか、について端末ごとに分析しました。ここでは比較用としてすでに発売されている、iPad を追加しました。

図表 4: 購買意欲の対象割合比較



期間：Nielsen BuzzMetrics それぞれ発表日から7月10日まで(iPadは6月1日~7月10日)
 対象メディア：Twitter, Blog, Board, Facebook

※ 端末ごとに「欲しい、買いたい」などの購入意欲が書かれた記事をランダムサンプリング(各 100 件)して目視で以下の5項目に分類

- 1) ハード:画面の形(解像度、カラーなども含む)、画面の大きさ、薄さ、軽さ、デザイン、キーボードやカバーなどの付属品も含む、など
- 2) ソフト:OS、アプリ、コンテンツ(電子書籍リーダーの場合)など
- 3) 価格
- 4) 目的・オケイジョン:利用用途がはっきり書かれているもの、例)マンガを読むために欲しい。仕事で欲しいなど
- 5) 通信:kindleとiPadのみに見られた話題で、3G回線や通信会社の選択について

※ 1つの記事で2つの項目があった場合は複数カウントしている。また特に理由の無いものあり合計は100%にならない

結果として、iPad, Surface はハード、Nexus は価格、電子書籍リーダーは価格とコンテンツの割合が高いことがわかりました。Surface はハード面(特にキーボード)の評価が高く、カラフルなボディに関するロコミもみられました。またソフト(OS=windows8)についてのロコミ割合が高くなりました。

■ タブレット、電子書籍リーダー端末市場は iPad 中心

では最後に、購入意欲のあるロコミの中で他にどの端末を想起しているのかを探るために、購入意欲と同じ文脈で書かれた他の端末のロコミ数を調査しました。ここでは、iPad およびタブレットとよく比較されることが多い Ultrabook を対象に追加しました。

図表 5: 購買意欲と共に語られる端末割合

	比較対象						
	iPad	Nexus 7	Surface	kindle	楽天 kobo	Ultrabook	
iPad	-	0.7%	1.5%	0.6%	0.3%	0.6%	n=3,205
Nexus 7	10.9%	-	1.4%	2.8%	0.0%	0.0%	n=211
Surface	18.0%	1.1%	-	1.5%	0.4%	1.8%	n=272
kindle	11.8%	3.7%	2.5%	-	10.6%	0.6%	n=161
楽天 kobo	8.3%	0.0%	0.9%	15.6%	-	0.0%	n=109
Ultrabook	5.0%	0.0%	1.2%	0.2%	0.0%	-	n=401

期間：Nielsen BuzzMetrics 2012年6月1日～7月10日

対象メディア：Twitter, Blog, Board, Facebook 購買意欲が書かれた記事のみを対象

結果としては、どの端末も iPad の想起率が高く、タブレット、電子書籍リーダー端末市場は iPad 中心に語られていることがわかりました。また kindle は電子書籍リーダー端末以外では Nexus 7 と多く語られ 3.7%、Surface は Ultrabook と語られる割合(1.8%)が他の端末より高いことがわかりました。

弊社シニアアナリストの今田智仁は「現在我々のデジタル環境はすべてのデータをクラウドにおき、そのデータを扱うためのアプリは OS を選ばなくなりました。つまりソフト面での端末差別化が難しくなっていくと考えられます。そうすると、機能を特化・限定して価格面を抑えた商品と、ハードウェアの高機能・高操作性といった商品との二極化が起こることが考えられます。その他、今回は発表直後の調査ということもありますが、具体的な使用用途や目的などは書かないブランドの指名買いとみられる口コミも見られ、端末ごとに消費者の購入意欲や端末への期待が異なることがわかります。

現在の市場は iPad を中心に形成されていますが、電子書籍リーダーのように機能を限定した商品群、Nexus 7 のような低価格群、Surface のような高機能群といったようにタブレット市場は幾つかの категория に住み分けがされていくと思われます」と述べています。

###

【ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社) 会社概要】

会社名: ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社) 英文社名: Nielsen Co., Ltd.

本社所在地: 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-25-18 渋谷ガーデンフロント

資本金: 1 億円

設立: 1999 年 5 月

代表者: 代表取締役会長兼CEO 福德 俊弘

代表取締役社長兼COO 武智 清訓

主要株主 :ニールセン、トランスコスモス株式会社 など

ニールセン株式会社 (旧ネットレイティングス株式会社)はニールセン、トランスコスモス株式会社などの出資による合弁会社です。ニールセンの消費者視聴行動分析部門の日本法人として、視聴者分析、広告分析、ソーシャルメディア分析の3つのソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、及び分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、Eコマース企業、広告会社より高い信頼性の評価をいただいております。ニールセン株式会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧いただけます。

ニールセンの消費者購買行動分析部門は、**ニールセン・カンパニー合同会社**です。

消費者調査、ショッピング調査、メディカルリサーチ、販売予測、マーケティング ROI 分析、コンシューマーニューロサイエンス分析、海外市場情報提供などを行っています。ニールセン・カンパニー合同会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://jp.nielsen.com/site/index.shtml> でご覧いただけます。

ニールセンについて

ニールセン・ホールディングス N.V. (NYSE:NLSN)は世界的な情報・調査会社で、マーケティング及び消費者情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報、トレードショーやそれに関連した分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークとオランダ・ディーンに本社を持ち、世界 100 カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ(www.nielsen.com)をご覧ください。

ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社)が提供しているソリューションと主な製品サービス

視聴者分析ソリューション

インターネット視聴率データ Nielsen NetView、
スマートフォン・メディア利用実態調査レポート
インターネット基礎調査レポート Nielsen BasicReport など

広告分析ソリューション

オンライン広告統計データ Nielsen AdRelevance、Nielsen AdRelevance Expenditure
広告効果分析サービス Ad Effectiveness など

ソーシャルメディア分析ソリューション

ソーシャルメディア分析サービス Nielsen BuzzMetrics
ソーシャルメディア分析ツール Nielsen My BuzzMetrics など

###

本件に関するお問い合わせ先:

ニールセン株式会社 広報担当 小宮山 聖花

電話:(03)4363-4200

e-mail: jpw_press@nielsen.com