

価格.com

2010年9月2日
株式会社カクコム

第44回価格.comリサーチ『iPad購入状況調査』結果

iPad 所有率は驚きの15%！未購入者の約2割が購入検討中
7割が「Wi-Fiモデル」を購入、6割以上が主に家庭で利用
電子書籍、ゲームアプリの充実が今後の普及のカギ

株式会社カクコムが運営する購買支援サイト「価格.com (<http://kakaku.com/>)」が実施したユーザーへの意識調査「価格.comリサーチ」より、第44回調査『iPad購入状況調査』の結果を一部抜粋の上、ご案内します。5月の発売時にはすぐに品切れとなり、7月まで品薄状態が続いたiPad。どれくらいの人が入手し、どのように使っているのかを、ある程度iPadの供給が安定してきた8月に調査しました。
調査結果詳細：<http://kakaku.com/research/report/044/>

【調査パネル】

調査エリア：全国 調査対象：価格.comID 登録ユーザー

調査方法：価格.com サイトでの Web アンケート調査 回答者数：10,850人

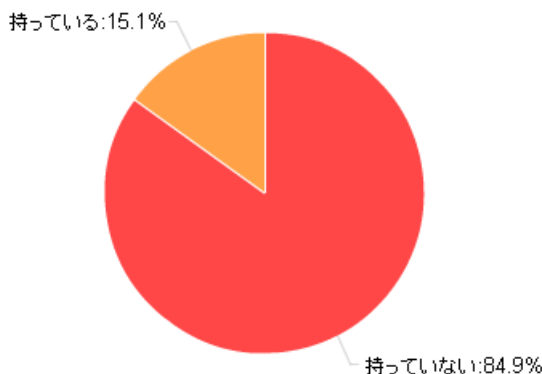
男女比率：男性 89.4% 女性 10.6% 調査期間：2010年8月12日～2010年8月18日

調査実施機関：株式会社カクコム

※四捨五入による端数処理のため、合計が100%にならないことがあります。

iPad の所有率:15.1%、新型デバイスに敏感な価格.com ユーザーならではの所有率

【図1. iPad の所有率】



今回の調査における iPad の所有率では、なんと 15.1% というかなり高い結果が出た。iPad のユーザーが多めに回答しているということもあると考えられるが、その他の一般的なアンケート調査はせいぜい数%であることを考えると、この割合はかなり高い。先進技術や最先端デバイスに対して積極的な価格.com ユーザーならではの高い所有率と言えるだろう。

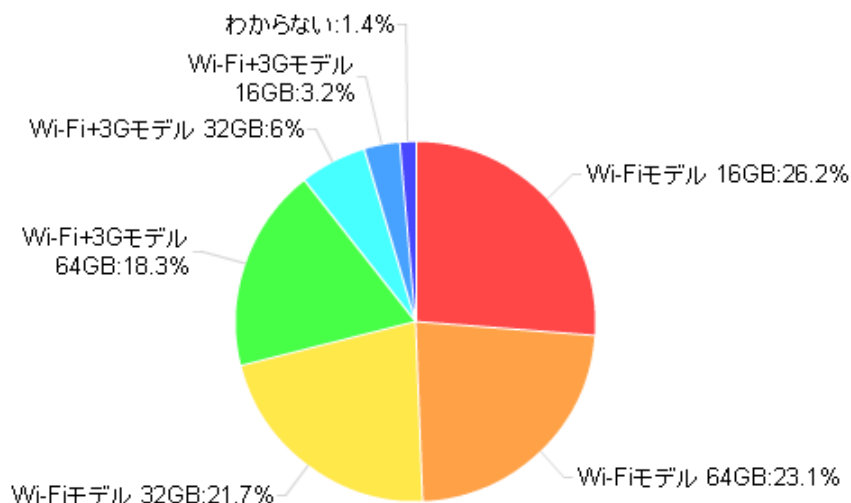
年代別の所有率では、30代が 17.1% でもっとも多く、次いで 20代が 16.0%、40代が 15.7% となっている。どちらかと言えば、若い世代の所有率が高く、一般的なパソコンなどの所有率と比べても、若い世代のほうが iPad のようなデバイスを持つことに対して抵抗感が少ないように見受けられる。

■年代別所有率グラフは右記 URL にてご確認ください

<http://kakaku.com/research/report/044/index.html#mds01>

所有モデル:Wi-Fiモデルが7割以上、シビアなコスト感覚がうかがえる結果に

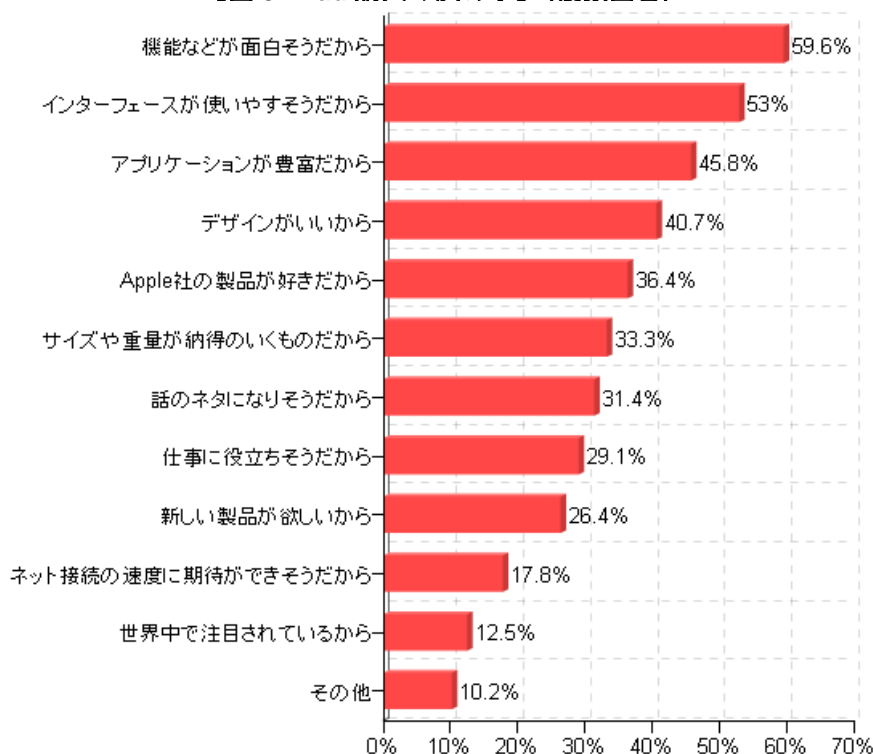
【図 2. 所有している iPad のモデル】



iPad 購入者を対象に、所有している iPad のモデルを聞いた。iPad には大きく分けて、ソフトバンクモバイルの 3G 回線を使って外出先でも手軽にインターネットに接続できる「Wi-Fi+3G モデル」（以下、3G モデル）と、3G 通信ユニットを搭載しない「Wi-Fi モデル」の 2 種類が存在するが、このグラフでは、「Wi-Fi モデル」が 7 割以上を占めるという結果になった。Wi-Fi モデルは、無線 LAN が引かれている家庭内や会社などでの利用を主とする製品で、3G モデルのような、「どこでもインターネット」ができる便利さは失われるが、その分、本体価格が安く、毎月の通信料もかからないのがメリット。実際、もっとも所有率が高いのは、メモリー容量が一番少なく安価な「Wi-Fi モデル 16GB」で、コストにはシビアな様子が見えうかがえる。逆に、3G モデルを選んだユーザーは、大容量モデルの 64GB モデルを多く選択しており、3G モデルと Wi-Fi モデルとで、選ぶモデルの傾向が異なることも見てとれる。

購入の決め手:「機能が面白そうだから」が約 6 割、プライベート利用が主な目的か

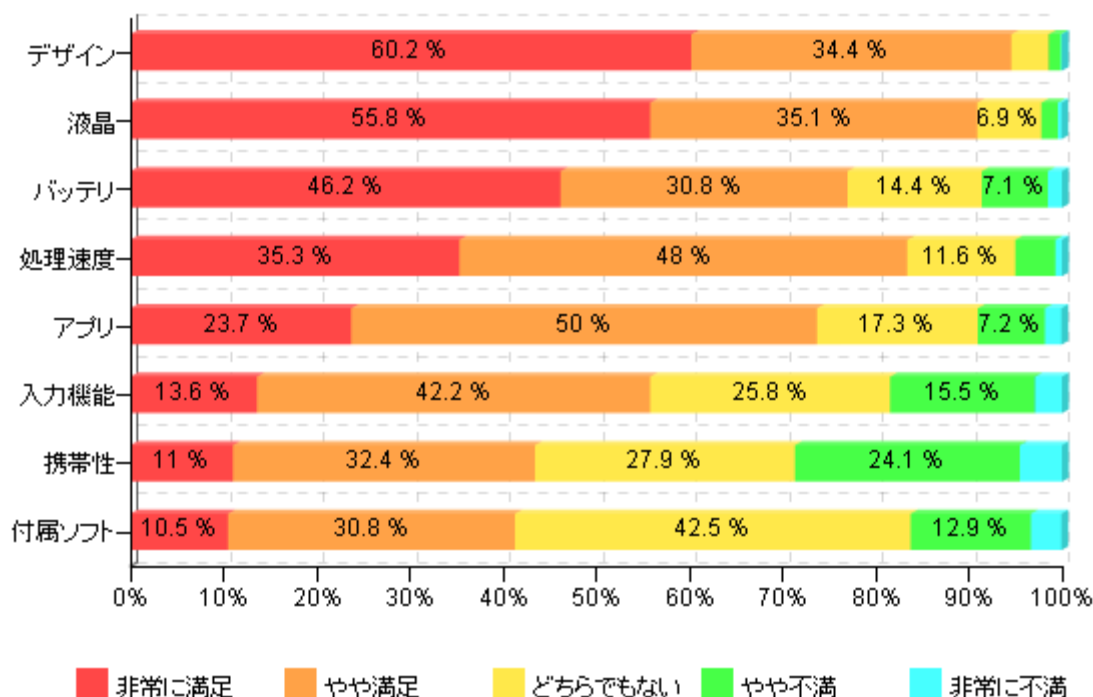
【図 3. iPad 購入の決め手】（複数回答）



購入の決め手となった要素で、もっとも多かった回答は「機能などが面白そうだから」(59.6%)。次いで「インターフェースが使いやすいそうだから」(53.0%)、「アプリケーションが豊富だから」(45.8%)、「デザインがいいから」(40.7%)という順になっており、機能やインターフェース、デザインといった、iPad や販売元のアップルが得意とする部分に惹かれて購入を決めたというユーザーが多いことがわかる。逆に、「仕事に役立つそうだから」という回答はわずか 29.1%にとどまり、あくまでもプライベートな個人用デバイスとして、iPad を購入する人が多いことがうかがえる。

機能別満足度:1位「デザイン」(60.2%)、次いで「液晶」(55.8%) 処理速度に不満なユーザーはわずか 5.0%、「携帯性」には評価が大きく分かれる

【図 4. iPad 機能別満足度】



機能別に満足度の高い項目としては「デザイン」「液晶」「バッテリー」「処理速度」「アプリ」が上げられ、逆に満足度が低かったのは「付属ソフト」「携帯性」だった。デザインや液晶といった要素は、iPad が最初からアドバンテージを持っていた部分だが、バッテリーや処理速度については、予想以上にユーザーから支持されているという印象だ。特に処理速度については、「不満」と回答したユーザーがわずか 5.0%しかおらず、多くのユーザーが iPad の処理の速さに一定の評価を与えている。ただ、ここには「起動の速さ」も含まれており、フリーアンサーのコメントでも「スイッチ ON ですぐに使えるのがよい」など、パソコンに比べた場合の手軽さが高く評価されている。

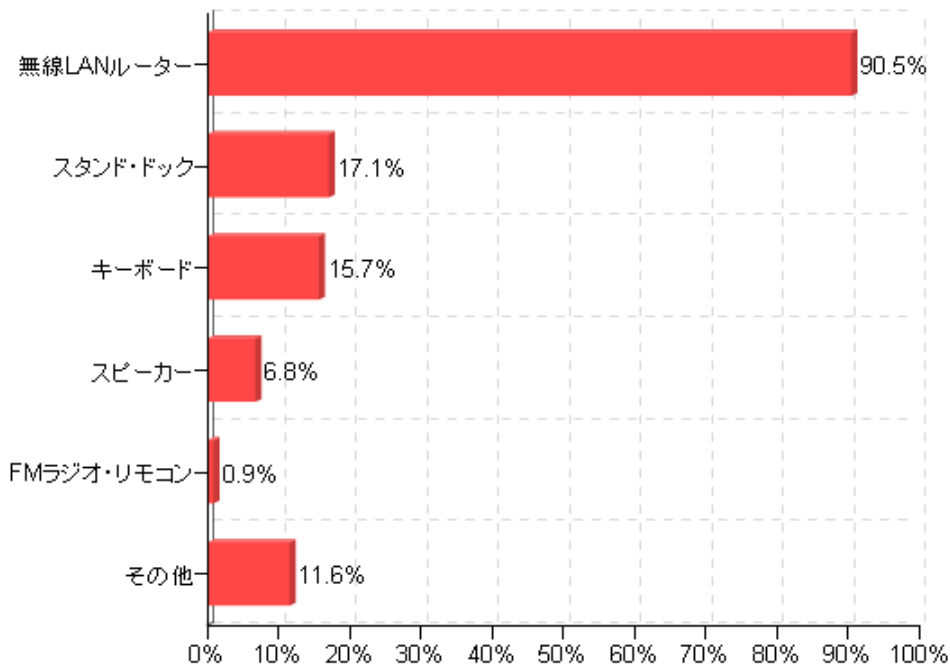
また、iPad で期待された「アプリ」に関しては、「非常に満足」が 23.7%と比較的少ないが、これは、まだ iPad 専用のアプリ (iPhone 用ではなく) がそれほど多く登場していないことも原因となっているようだ。

なお、「携帯性」に関しては評価が大きく分かれたが、フリーアンサーのコメントでも「持ち歩くには重い」など、サイズよりも重量に関する不満が比較的多く見られた。

iPad と組み合わせて使用している周辺機器:「無線 LAN ルーター」(90.5%)が断トツ 1 位

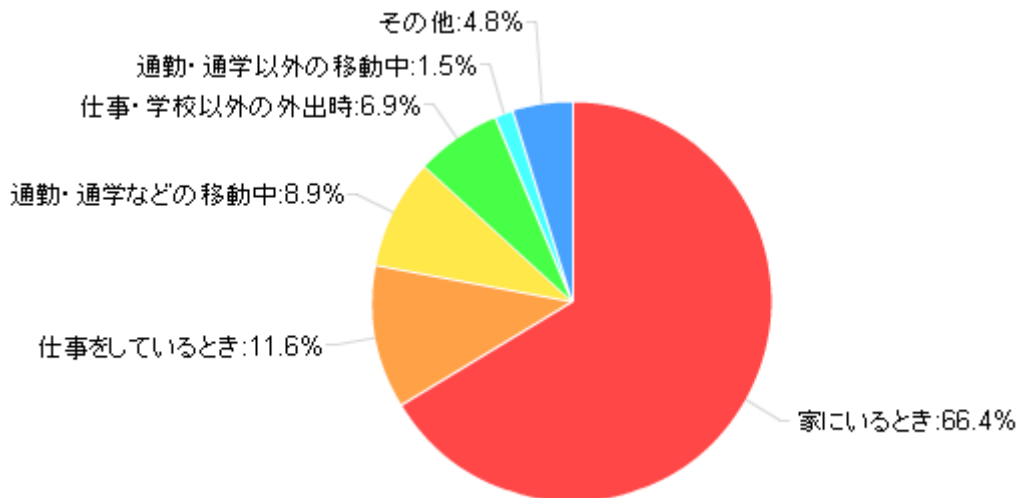
iPad と組み合わせて使っている周辺機器については、「無線 LAN ルーター」(ポータブル含む)が 90.5%と、圧倒的な多数となった。図 2 の回答結果からもわかるように、所有しているモデルは、Wi-Fi モデルが 7 割を超えているが、この Wi-Fi モデルでインターネットを楽しむには無線 LAN 環境が必要となるため、当然の結果と言えるだろう。また 3G モデルでも、大型アプリのダウンロードや YouTube の HD 再生などは、3G 回線では行えないため、家庭では無線 LAN を使っているという人は多い。このような理由から、iPad にとって、無線 LAN ルーターの存在はほぼ不可欠と言っていいくらいの大きな意味を持っている。

【図 5. iPad と組み合わせて使用している周辺機器(複数回答)】



利用する場所: 1 位「家にいるとき」(66.4%)、家庭でノート PC 代わりとして利用する傾向

【図 6. iPad の利用場所】



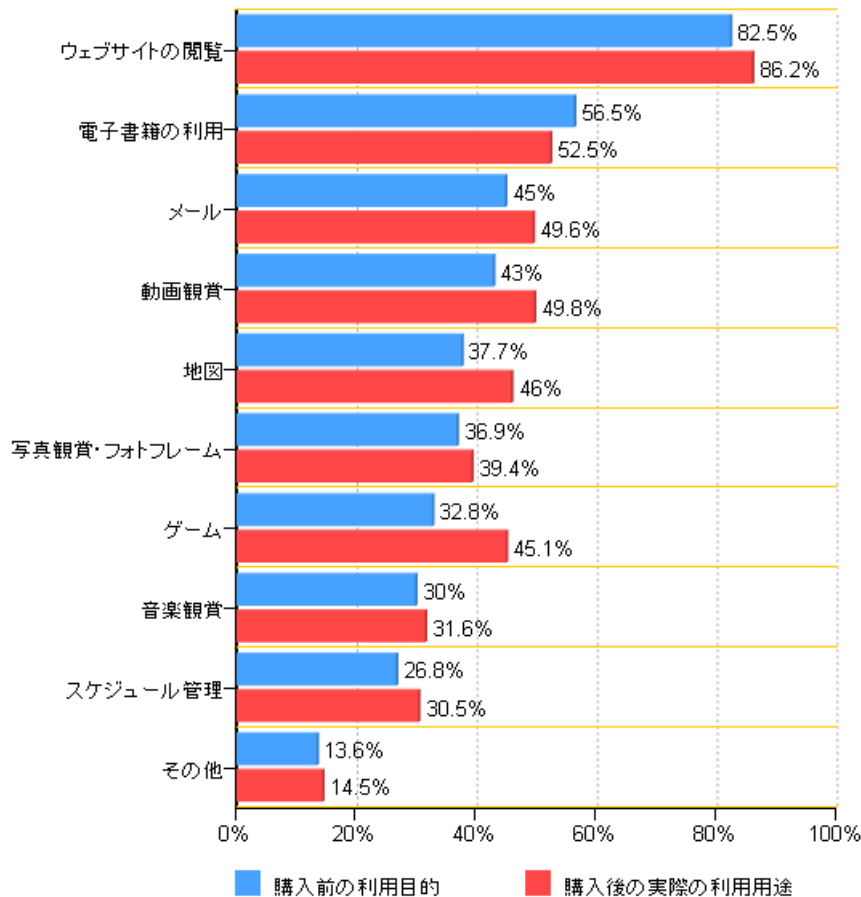
iPad の主な利用場所を聞いたところ、圧倒的に多かったのは「家にいるとき」(66.4%)だった。次いで多かったのは「仕事をしているとき」(11.6%)、「通勤・通学などの移動中」(8.9%)となった。

図 2 の iPad の所有モデルの割合を見ても、7 割が Wi-Fi モデルなため、多くのユーザーは、家庭の無

線 LAN 環境を使い、家でインターネットを楽しむという使い方をしていることが予想されたが、この結果でも、iPad を主に使うのはやはり家庭内であることがわかる。フリーアンサーのコメントなどを見ても、ノート PC の代わりとして iPad を利用しているという人が多く、iPad を使い始めてからノート PC をあまり使わなくなったと回答している人も少なくない。また、「持ち歩くにはちょっと重すぎる」という意見も多いことから、持ち歩きでのモバイル用途というよりは、家庭におけるノート PC 代替りのインターネット端末という用途である程度割り切って iPad を使っている人が多そうだ。

利用する目的:「ウェブサイトの閲覧」は購入前・購入後ともに約 8 割 「電子書籍」は、期待値のほうが高い結果に

【図 7. 利用目的（購入前後別）】（複数回答）



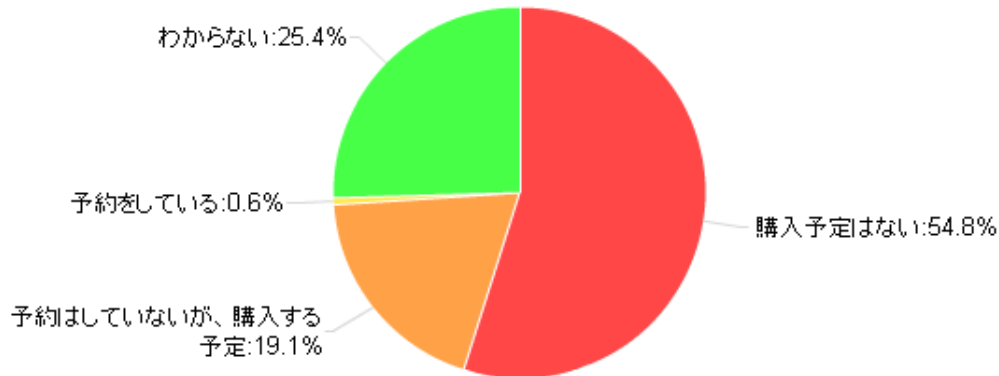
iPad の利用目的を、購入前と購入後とに分けて聞いた。

購入前・購入後とも、高い割合を示したのは、やはり「ウェブサイトの閲覧」で、8 割を超える人がウェブサイト閲覧のために iPad を使っていることがわかる。次いで多かったのは「電子書籍の利用」で 5 割以上の方が利用していることがわかったが、購入後に 4 ポイントも減少していることから、購入前の期待値のほうが高かったことが想像できる。

次いで、「メール」「動画鑑賞」「地図」「写真館賞・フォトフレーム」と続くが、これらはいずれも購入後にポイントが増加しており、その便利さに購入後気付かされたというユーザーが案外多いようだ。なかでも、購入後に大きくポイントを伸ばしたのが「ゲーム」で、購入前から数えると実に 13 ポイント近くの増加となっている。ゲームについては、それほど期待はしていなかったものの、大画面を駆使してプレイできる対戦ゲームなど、iPhone とはまったく異なる楽しみ方ができるということが購入後にわかり、ハマったという人が多そうだ。

今後の購入意向:「購入予定はない」が約半数、購入検討者は約2割

【図 8. iPad の購入意向 (iPad を所有していない人のみ)】



iPad を購入していない人に聞いた今後の購入意向は、54.8%が「購入の予定はない」となったが、「予約はしていないが購入する予定」という人も19.1%おり、今iPadを持っていない人の2割近くが、iPad の購入を検討していることがわかる。

全体の85%がiPadを持っていない中で、その2割がiPad購入を検討しているということは、現状のiPadユーザーとほぼ同数の15~16%の人が、今後iPadを購入する可能性があるということになる。iPadへの関心・購入希望の割合は、依然としてかなり高いと言っていいだろう。

■総評 (抜粋) 鎌田剛 カカコム メディアクリエイティブ部 部長

今回の調査結果で、まず驚かされたのは、その所有率。価格.comのユーザーには、こうした新型デバイスに対し非常に敏感に反応する人が多いが、それにしても15.1%というかなり多くの方がすでにiPadを所有しているという結果になった。一般的な調査では、せいぜい7%程度といったところなので、この割合は相当に高いと言えるが、アーリーアダプター層に限定したとしても、この15.1%という割合は、単独製品の普及率としては驚異的に高い。iPadの人気を裏付ける1つの指標となるだろう。

また、iPadを購入していない人の中で約2割が、今後iPad購入を検討していることもわかった。これは、現在のiPadユーザーとほぼ同数と考えられ、近いうちにiPadユーザーが倍増することも十分に考えられる。iPadの人気は衰えておらず、今後もしばらくはその人気が続くだろう。

逆に、iPadを今後も購入しないという人も半数程度存在する。購入しない理由としては、そもそもiPadのような製品に、さほどの魅力を感じないという意見がほとんどだが、なかには「Flashに非対応である」点を、購入しない理由としている人も一定数存在している。また、実際のiPadユーザーの満足度は相当に高いが、「重量」については、賛否両論分かれるところとなっており、その重さを理由に、外では持ち歩かないという人もかなりの数にのぼっている。

全体として見ると、iPadの人気はいまだに衰えておらず、購入したユーザーは購入したことに対して非常に満足していることがわかった。使われ方としては、家庭内で自由に持ち運んで、ソファの上やベッドの上など、好きな場所でインターネットを利用するための端末として使われているケースが多く、外出先で使用するモバイル端末と言うよりも、家庭内のPC代わりとして重宝している人が多いことがわかってきた。今後は、国内での環境整備が待たれる電子書籍アプリと、ゲームに代表される専用アプリの充実が、iPadの発展に大きく影響してきそうだ。

※詳細結果、総評全文および過去のリサーチアーカイブは以下URLをご参照ください

<http://kakaku.com/research/>

【価格.com データ】(2010年7月末現在)

月間利用者数 2,566 万人、月間ページビュー 7 億 6,940 万 PV、累計クチコミ件数約 1,100 万件
複数ショッピングモールの商材を横断検索できるサービスを含めた掲載商品数は約 7,792 万点