

価格.comのデータを分析した最新トレンドをお届けする「価格.comレポート」
 伸び続ける Windows タブレットが、市況を変える鍵となるか!?
 Windows XP 正式サポート終了後のパソコン・タブレット市場について

2014年4月1日からの消費税率の引き上げと、4月9日のWindows XPの正式サポート終了という2大イベントが注目された2014年のパソコン市場。4月に向けて駆け込み需要が発生し、その後は需要の急速な反動減に直面すると思われていましたが、実際のところはどうだったのか、価格.comのデータをもとにレポートをお届けします。

■ Windows XP 正式サポート終了後も続くパソコンの買い替え需要

図1：価格.comの「ノートパソコン」カテゴリのアクセス推移（過去2年間）

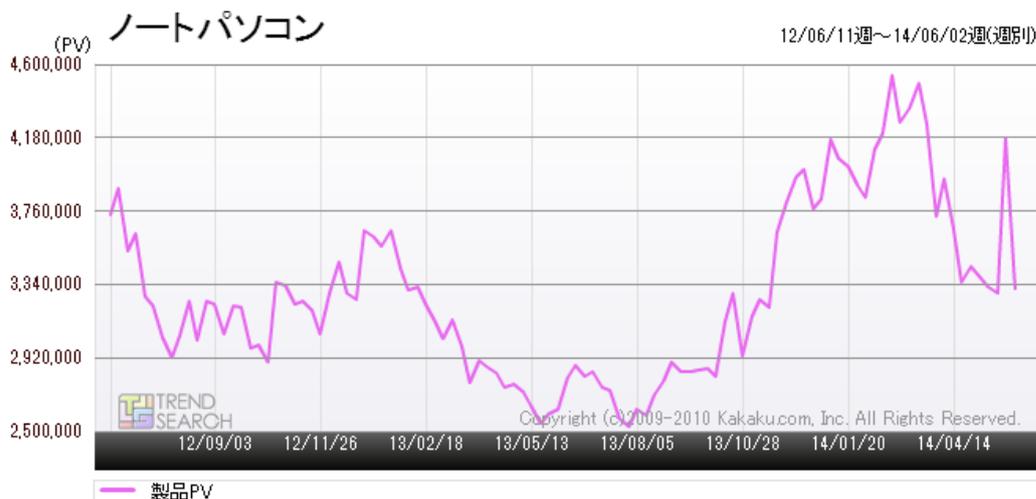


図1の、価格.comの「ノートパソコン」カテゴリ（Windows ノート）におけるアクセス数の推移（過去2年）を見ると、昨年2013年の10月以降アクセス数が急増しており、2014年2月24日～3月2日に4,531,824PV/週に達し、ピークを迎えた。この盛り上がりは、2014年4月の消費増税やWindows XPのサポート終了に備えた「駆け込み需要」の影響と見られるが、直前の1～2か月ではなく、昨年の秋以降、買い換え需要はずっと高まっていたことがわかる。こうしたユーザー側の早め早めの対応もあって、3月に起こると思われていた直前の駆け込み需要は、パソコンに関して言えば、それほど大きくはならなかった。

その後、2014年4月1日から消費税率が引き上げられ、4月9日にWindows XPのサポート期間が終了すると、その反動で一時的にアクセス数は低下するが、5月以降のアクセス数も、前年に比べるとはるかに高水準で推移している。このことから、Windows XPからの買い換え需要はまだ収束しておらず、特に、各家庭でのセカンドマシンやサードマシン、法人利用でのパソコン買い換えなどを中心に、引き続き需要を喚起していると言ってよさそうだ。

図 2 : 「ノートパソコン」 カテゴリーにおける売れ筋ランキング上位 5 製品 (2014 年 6 月 16 日現在)



図 2 は、6 月 16 日時点の「ノートパソコン」 カテゴリーにおける売れ筋ランキングの上位 5 製品だが、3 位につけている富士通の「FMV LIFEBOOK AH シリーズ WA1/R WRA1_A537 価格.com 限定 Core i3 搭載モデル」を除けば、いずれも最安価格は 4~5 万円程度の低価格モデルばかりだ。ベスト 10 の顔ぶれを見ても、最安価格で 6 万円を超える製品は 3 モデルのみで、10 万円を超える製品はわずかに 1 モデルのみ。ここからは、低価格のスタンダードノートばかりが売れているということがわかる。なお、昨年 2013 年の年末あたりの状況では、もう少しハイスペックなノートパソコンが売れ筋ランキングの上位に顔を出していたこともあり、明らかに人気モデルの潮流が変わったことを感じさせる。おそらく、家庭でのメインマシン（そこそこスペックが高く処理性能が速い製品）から、そこまで高性能が要求されない家庭内のセカンドマシン、サードマシンの乗り換えにターゲットが移ってきているか、あるいは、法人のパソコンリプレース需要にともなう低価格マシン人気と考えられる。

図 3 : 「ノートパソコン」 カテゴリーにおける売れ筋上位 5 製品の最安価格推移 (直近 3 か月間)

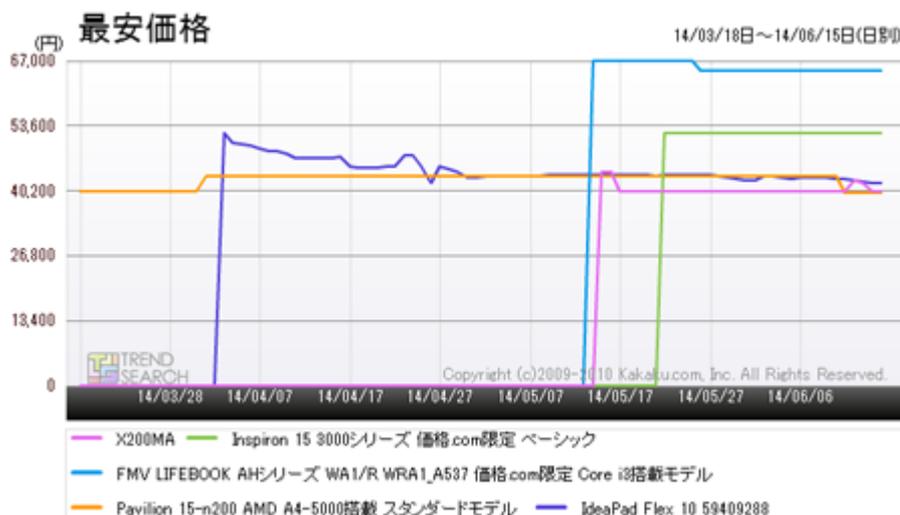


図3は、現在人気のノートパソコンの最安価格推移を示したもののだが、4位のHP「Pavilion 15-n200 AMD A4-5000搭載 スタンダードモデル」を除けば、いずれも消費税増税後に発売されたモデルばかりであることがわかる。しかも、価格自体は発売当初と同じ水準をキープしているか、あるいは若干下がってきている。パソコンに関しては、海外組み立ての製品が多いことや、組み立ては国内でもパーツ自体を海外から調達しているため、昨年から続く円安によってコストが上がっており、この春の消費税増税で販売価格もさらに上がっていたが、ここへ来て、乗り換え需要が一段落したためか、販売価格の低下傾向も見えだした。相変わらず、WindowsXPからの乗り換え需要は続いているが、一時期ほどの強い需要はなく、勢いもややそがれてきたと見ていいだろう。

■モバイルノート市場を浸食し始めた Windows タブレット

図4：「ノートパソコン」「タブレット PC (端末)・PDA」「デスクトップパソコン」カテゴリーのアクセス推移 (過去2年間)

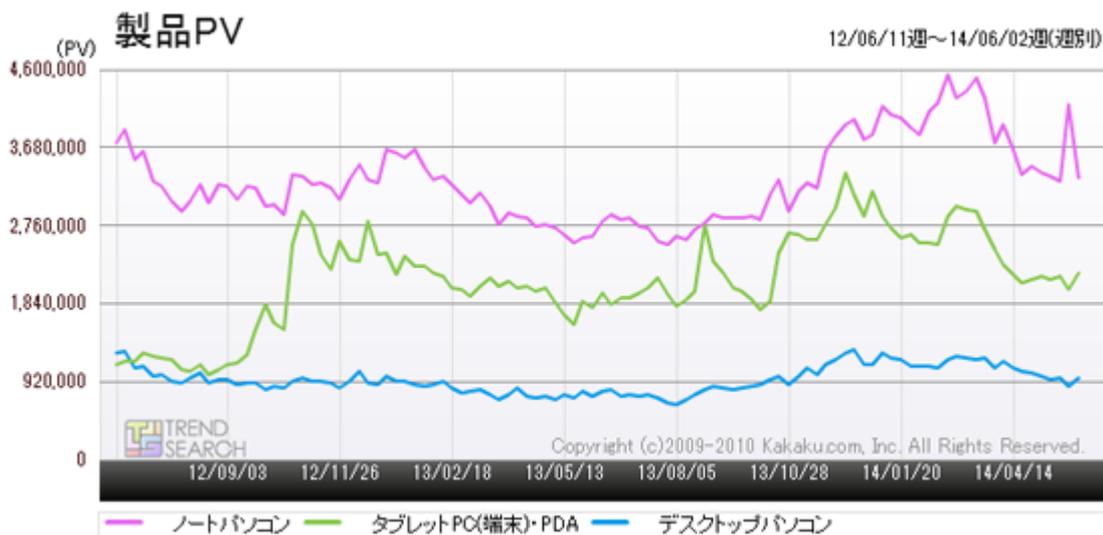


図4は、価格.comにおける「ノートパソコン」「タブレット PC (端末)・PDA」「デスクトップパソコン」の各カテゴリーのアクセス推移 (過去2年間) を示したものだ。これを見ると、「ノートパソコン」のアクセスに対して、「タブレット PC (端末)・PDA」のアクセス数がだいぶ近づいてきていることがわかる。また、アクセスの増減傾向も似てきており、両者は同じようなニーズに基づいて需要が上下する傾向があることが見て取れる。もはや、タブレット端末は特殊なカテゴリーではなく、ノートパソコンと合わせて考えるべき製品ジャンルになったと言っていいだろう。なお、「デスクトップパソコン」については、上記2カテゴリーに比べると低調ではあるものの、一定の需要があり、この2年間はほぼ横ばいで推移している。特に最近では、24型を超えるような大画面ディスプレイと組み合わせての利用というニーズも高まってきており、ノートパソコンでは代替できない分野を中心にデスクトップパソコンが一定の需要を勝ち得ているという背景もある。

また、図5は、「タブレット PC (端末)・PDA」カテゴリーにおけるメーカーのPVシェア率の変遷を示したものだ。これを見ると、2年前の時点では、トップのシェアを持っていた「アップル」や「Google」といったメーカーが徐々にシェアを落としていくいっぽうで、新興勢力と呼んでもいい「ASUS」や「マイクロソフト」のシェアが相対的に高まっているのがわかる。1社で20%を超えるシェアを持つメーカーがなくなり、上位5社が10%台のシェアを取り合うという群雄割拠状態になっているのも見て取れる。

ここからわかるのは、この2年でタブレット市場の主役が徐々に変わってきているということだ。2年前はアップルの「iPad」(iOS)や、Googleの「NEXUS 7」、あるいはソニーの「Sony Tablet」(現 Xperia Tablet) (いずれも Android) といった製品が大きな注目を集めていたが、現在はASUSの「MeMOPad」(Android)や「TransBook」(Windows 8)、マイクロソフトの「Surface PRO」(Windows 8)といった製品のほうに注目が集まってきている。特に、Windows 8系のOSを搭載したいわゆる「Windows タブレット」への注目度が徐々に増してきていることは押さえておくべきだろう。

図5：「タブレット PC (端末)・PDA」カテゴリにおける大手メーカー5社のPVシェア率推移 (過去2年間)

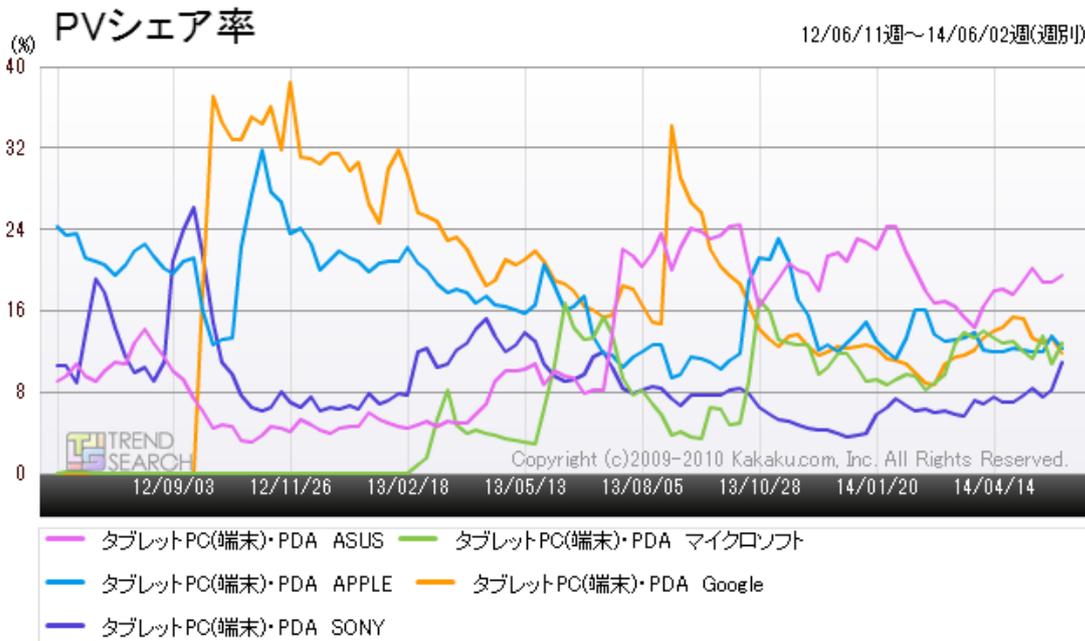
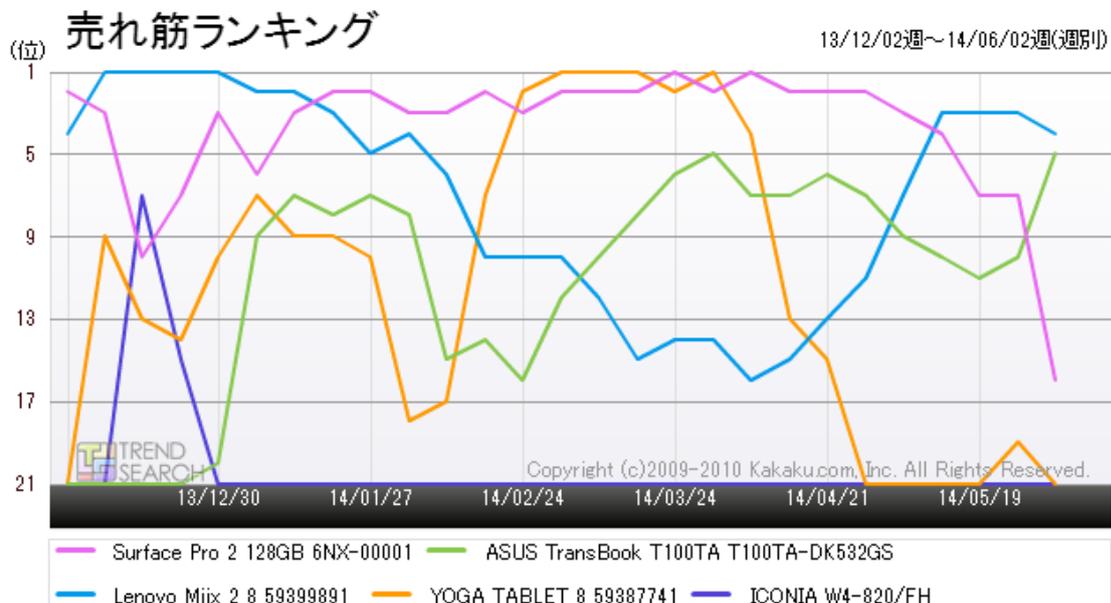


図6：タブレット PC (端末)・PDA カテゴリにおける Windows タブレット人気 5 機種ランキング推移 (過去半年間)



なかでも顕著なヒットとなったのが、2013年10月に発売されたマイクロソフトのWindowsタブレット「Surface Pro 2」だ。図6からもわかるように、「Surface Pro 2」のラインアップ中もっとも人気の128GBモデルは、「タブレット PC (端末)・PDA」カテゴリの売れ筋ランキングでは、2014年5月に入るまでベスト5内をキープし続けた。このほか、Lenovoの「Miix 2 8」や「YOGA TABLET 8」、ASUSの「TransBook T100TA」なども、比較的高い人気をキープし続けており、一時期は、ベスト10の半数がWindowsタブレットで占められるということも起こったほどだ。このように、現在、タブレット市場は、従来のアップル「iPad」、Androidというグループに加えて、第3のグループとしてWindowsタブレットが台頭し、三つ巴の様相を呈しているのである。

●価格.com 各カテゴリ URL

ノートパソコン：<http://kakaku.com/pc/note-pc/>

デスクトップパソコン：<http://kakaku.com/pc/desktop-pc/>

タブレット PC (端末)・PDA：<http://kakaku.com/pc/pda/>

■7月の「Surface PRO 3」の登場で、パソコン・タブレット市場にさらなる変化が？

図7：マイクロソフトから7月17日に発売される「Surface Pro 3」



こうした状況の中、この7月に気になる製品が発売される。それが、マイクロソフトが5月に発表した最新タブレット「Surface Pro 3」だ。前モデルである「Surface Pro 2」も、その処理性能の高さと携帯性などから、ノートパソコンを代替できる製品として大きな人気を博したが、今回の「Surface Pro 3」では、タブレット製品としてはややネックとなっていたボディ重量が700gへと大幅に軽量化しており、厚みも9.1mmと薄くなった。まだまだ競合製品と比べるとヘビーだが、Windows 8.1 がフルに駆動するスペックを持ち、ディスプレイも2160×1440ドットの表示に対応する12インチ液晶を備えるなど、もはやタブレットというより、ノートパソコンに近いスペックとなっている。ほとんどのモデルが10万円を超える高めの価格設定だが、「Microsoft Office 2013」を搭載する薄型軽量の高性能モバイルノートと考えれば、さほど高いともいえない。もちろんタブレット製品として発売されるわけだが、競合する製品はむしろ持ち運びに便利なモバイルノートということになるだろう。

このように、「Surface Pro 3」は、タブレットとノートパソコンのどちらに入れるべきか、境界線のきわめて曖昧な製品として位置づけられるため、本製品の登場によって、タブレット市場だけでなく、ノートパソコン市場も、大きな影響を受けることが予想される。タブレット市場では、さらなる Windows タブレットのシェアが高まっていくことが、ノートパソコン市場では、モバイルノートが Windows タブレットによって代替されるという動きがさらに高まっていくだろう。すでに、タブレット市場では、アップルの「iPad」と、Google をはじめとする Android 陣営の動きが鈍化しており、ノートパソコン市場では高性能モバイルノートの動きが鈍化しているが、この7月に発売される「Surface Pro 3」が、こうした動きを一層加速させる可能性が高い。特に「Ultrabook」など、高性能のモバイルノートに与えるインパクトは大きいだろう。

「Surface Pro 3」は価格が高めなこともあって、爆発的な普及にはならないかもしれないが、Lenovo や ASUS、デル、Acer など、Windows タブレットを生産している主要メーカーが、「Surface Pro 3」をお手本にしながらより高コストパフォーマンスな製品をこの年末までに投入してくるようなことがあれば、今年後半は、こうした Windows タブレット製品が市場を席巻し、タブレット市場、並びにノートパソコン市場の形勢が一気に変わる可能性も十分にあると考えられる。

【価格.com サイトデータ】（2014年3月末現在）

月間利用者数 4,966 万人、月間ページビュー 10 億 9,392 万 PV、累計クチコミ件数 約 1,800 万件。

<利用者内訳> PC : 3,145 万人 スマートフォン : 1,756 万人 フィーチャーフォン : 65 万人

【株式会社カカクコム 会社概要】

所在地： 東京都渋谷区恵比寿南3丁目5番地7 恵比寿アイマークゲート

代表取締役： 田中 実

企業情報： <http://corporate.kakaku.com/>

事業内容： サイトの企画・運営

当社運営サイト一覧： <http://corporate.kakaku.com/company/service.html>

【報道に関するお問い合わせ先】

株式会社カカクコム 広報室

tel: 03-5725-4554 e-mail: pr@kakaku.com

データを引用・転載いただく際のクレジット表記について

本レポートの引用・転載の際は、必ずクレジットを明示くださいますようお願いいたします。

例) 「価格.com レポート」より、「価格.com」のデータ分析によると…など