# 『2011年度グローバルタブレット端末ベンダーの差別化戦略とその方向性』　レポート販売開始
# ～アジアの通信市場と携帯端末市場を主導する日本の新規発売端末と市場の方向性を分析！～

==========
『2011年度グローバルタブレット端末ベンダーの差別化戦略とその方向性』　レポート販売開始

～ 2010-2011年の主要デバイスベンダーの動向を中心に ～

≫ 『2011年度グローバルタブレット端末ベンダーの差別化戦略とその方向性』
資料詳細・販売ページ
http://planidea.jp/cc/psrl20110810
==========

マーケティング・リサーチ＆コンサルティングサービスを提供するPLANiDEA LLC.
（プラニディア合同会社） は、株式会社 ROA Holdingsによる調査レポート
『2011年度グローバルタブレット端末ベンダーの差別化戦略とその方向性』
の販売を開始しました。

≫ 『2011年度グローバルタブレット端末ベンダーの差別化戦略とその方向性』
http://planidea.jp/cc/psrl20110810

【資料概要】

アジアの通信市場と携帯端末市場を主導する日本の新規発売端末と市場の方向性を分析！

本レポート 『2011年度グローバルタブレット端末ベンダーの差別化戦略とその方向性』
は、アジアの通信市場と携帯端末市場を主導する日本の新規発売端末を定期的に分析し、市場の方向性を分析したレポートです。主に国内で発売した端末の詳細情報を中心に、ROA Holdings独自の評価方法によって携帯端末の進化レベルを評価、今後の予測を行っています。
このレポートで端末の機能要素、付加サービス要素、そして今後の展望を把握できます。

【『2011年度グローバルタブレット端末ベンダーの差別化戦略とその方向性』 のポイント】

■ 国内で発売されたタブレット端末を中心に、世界の端末市場環境も分析！
■ 国内における新規発売端末と携帯端末市場の方向性を解説！
■ 携帯端末の進化レベルを評価、付加価値要素の分析と今後の予測も！
■ 携帯端末の機能要素、付加サービス要素、今後の展望を把握！
■ 重要ポイントを豊富な図表でわかりやすく解説！

【『2011年度グローバルタブレット端末ベンダーの差別化戦略とその方向性』
レポートサマリー】

1. 本レポートにおける 「タブレット」 の定義

本レポートにおける 「タブレット」 とは以下の3つの条件を全て満たすものである。

(1) タッチスクリーン
・ タッチスクリーン （静電容量方式若しくは抵抗膜方式） を採用
・ スタイラスやHWキーボード無しでもほぼ全ての機能が使用できる

(2) ディスプレイサイズ
・ スクリーンサイズが5.5インチ以上
・ 片手で無理なく閲覧できるサイズ・重量

(3) スマートOS
・ Smartphone OS 、若しくはそうしたOS向けのアプリケーションが利用出来るOSを採用
具体的にはiOS、Android（Chrome）、Palm（WebOS）、BlackBerry、Windows Mobile/Phone、Symbian（Meego）が該当
Windows7はPC向けのOSであるが、次期タブレット向けOSであるWindows 8へのアップグレードが想定されるため、これを含めるものとする

2. レポートの紹介

本レポートはアジアの中でも通信市場及び携帯端末市場を主導する日本の新規発売端末を定期的に分析し、今後の市場の方向性を提示するために企画されたものである。日本国内で発売された端末の詳細情報を定期的に提供し、ROA Holdings独自の評価方法によって携帯端末の進化レベルを評価、今後の予測を行っている。本レポートにて端末の機能要素、付加サービス要素及び今後の展望を把握することができる。

［基本要素］
ユーザーは端末に搭載された機能を通じてDevice Basic PerformanceとMobility Performanceの大きく2つの欲求を満たそうとする。よってROA Holdingsは機能面の詳細項目をこれら2つの属性により分類し、評価を行なった。これら2属性に関連する事柄は以下の通り。
・ Device Basic Performance
・ Mobility Performance

［付加価値要素］
付加価値要素はユーザーが携帯端末を通じて付加価値の高いサービスを活用するのに必要な機能を意味する。ROA Holdingsは付加サービスを大きく、User Experience、Entertainment Platform、 Life Conversionの3つの属性により分類を行った。（全ての詳細項目はこれら3つの属性に含まれるよう分類を行なった。）
・ User Experience
・ Entertainment Platform
・ Life Conversion

3. 調査範囲

本レポートは日本国内で発売されたタブレット端末を中心に調査を行い、海外で発売されたものに関しても可能なかぎり調査を行った。

4. 調査プロセス

本レポートは、全世界で発売 （発表）
となったタブレット端末に関する特性を分類することで、タブレットのコンバージェンスの方向性を予測することを目的としている。

【『2011年度グローバルタブレット端末ベンダーの差別化戦略とその方向性』 目次】

1. エグゼクティブサマリー

1. 本レポートにおける 「タブレット」 の定義
2. レポートの紹介
3. 調査範囲
4. 調査プロセス

2. 2010-2011年世界のタブレット端末市場環境の分析

1. 2010-2015年タブレット販売台数推移予測
2. Wi-Fi専用機種と3G搭載機種の販売台数比較

3. Device Basic Performance

1. Issue 1 - CPUクロックはSingle 1GからDual 1Gが主流に
2. Issue 2 - RAMは1GBを超えるスペックの端末が増加
3. Issue 3 - Storageは16GB～32GBが多数派
4. Issue 4 - 4万円～6万円の実勢価格が一般的に

4. Mobility Performance

1. Issue 1 - 端末重量は700グラム、厚みは12ミリをベンチマーク
2. Issue 2 - 3Gボイス搭載機はアジアのベンダーを中心に発展
3. Issue 3 - 3.9G搭載機が海外ベンダーを中心に登場
4. Issue 4 - バッテリーの持続時間は10時間が目標値に

5. 付加価値要素

User Experience

1. Issue 1 - ディスプレイサイズは8～9インチサイズ台の端末が台頭
2. Issue 2 - タッチ方式においてはコストを抑えた抵抗膜方式は消えつつある
3. Issue 3 - OSバージョン毎のUX進化スピードはAndroidが圧倒的

Entertainment Platform

4. Issue 4 - アプリケーションマーケットのマルチプレーヤー化
5. Issue 5 - 日系ベンダーのコンテンツネットワーク形成

Life Conversion

6. Issue 6 - ビジネスサイドにおける用途の広がり
7. Issue 7 - SNS、NFC、Nスクリーン等生活の中心へと変化

6. 2011年までの纏めと2012年以降のキーポイント

1. 2011年までのキーポイント纏め
2. 2012年以降のキーポイント

7. Appendix

【商品概要】

商品名 ： 2011年度グローバルタブレット端末ベンダーの差別化戦略とその方向性
発 刊 ： 2011年6月
発 行 ： 株式会社 ROA Holdings
調 査 ： 株式会社 ROA Holdings
販 売 ： PLANiDEA SurveyReport運営事務局
判 型 ： A4判 52ページ
価 格 ：
報告書［印刷版］
99,750円 （本体価格 95,000円＋消費税 4,750円）
報告書［PDF版］
99,750円 （本体価格 95,000円＋消費税 4,750円）
報告書セット［PDF版+製本版］
102,900円 （本体価格 98,000円＋消費税 4,900円）

販売ページURL ：
http://planidea.jp/cc/psrl20110810

■ 関連サイトURL

PLANiDEA ［SurveyReport］
http://surveyreport.planidea.jp/

■ 本件に関するお問合せ先

プラニディア合同会社 広報担当
URL ： http://planidea.jp/contact.html

E-Mail: info@planidea.jp

---

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com