

報道関係者各位

株式会社BCN

〒113-0033 東京都文京区本郷 3-18-14本郷ダイヤビル6F

TEL 03-4236-5200

FAX 03-3818-3006

本件に関するお問い合わせは下記をお願いします。

BCN 西尾 治親

<http://ranking.computernews.com/>

2005年冬のボーナスの使い道に関するアンケート調査

デジタル家電の人気は、「DVD/ハードディスクレコーダー」から「液晶テレビ」へシフト

株式会社BCN（本社：東京都文京区、代表取締役社長 奥田喜久男）は、Web上で2005年冬のボーナスの使い道に関するアンケート調査を行った。その結果、今冬のボーナス需給の見通しは、緩やかな景気回復を背景に前年冬に比べ『増える』との回答が増加していることがわかった。

購入予定のある家電やPC/PC関連機器については、「デスクトップPC」、「液晶テレビ」が同率でトップにあげられ、前年冬にダントツのトップであった「DVD/ハードディスクレコーダー」は3位に転落した。

これまで電化製品の需要を牽引してきたデジタル家電だが、所有率の上昇などから、今冬の商戦では「DVD/ハードディスクレコーダー」から「液晶テレビ」へと主役交代の動きが鮮明化していくことが予想される。

* BCNは、全国のパソコン専門店、家電量販店18社（アロシステム、エイデン、大塚商会、ギガスケーズデンキ、グッドウィル、さくらや、上新電機、ソフマップ、ZOA、九十九電機、T・ZONEストラテジィ、デオデオ、ニノミヤ、100満ポルト、ビックカメラ、ピーシーデポコーポレーション、ベスト電器、ラオックス=50音順）2,206店舗（2005年10月末現在）の販売データをデイリーで収集し配信するBCNランキングを公表しています。このデータをもとに、PCリテール市場の動向を分析したニュース配信を行っています。

BCNでは、11月中旬、Web上で2005年冬のボーナスの使い道に関するアンケートを行った。有効回答数は1,754件で、世帯レベルで、ボーナスの受給があるとする回答は7割近くを占めた。受給見込み額では「50～100万円未満」が最も多く、次いで「30～50万円未満」の順となっている（図1）。

ボーナスの受給見込み額の前年冬の実績との比較では、『減る』（「とても減る」+「多少減る」）とする割合が3.4ポイント減少する一方、『増える』（「とても増える」+「多少増える」）とする割合が2.3ポイント増加している（図2）。企業収益など企業部門が改善傾向で推移するなか、雇用・所得環境にも改善の動きが波及してきており、今冬のボーナスの受給についても『増える』と見込む回答者が多くなっているようだ。

図1 冬のボーナス受給見込み額

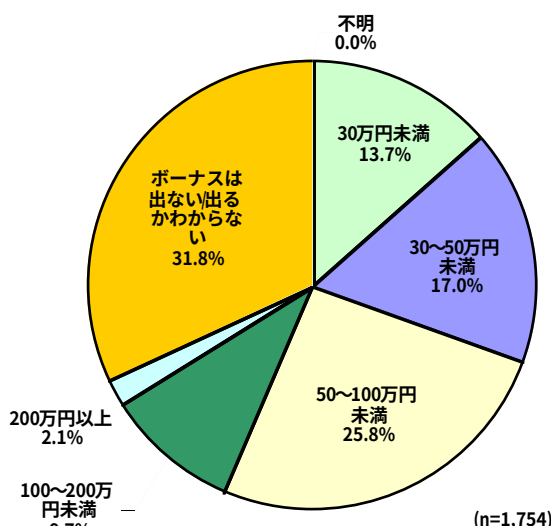
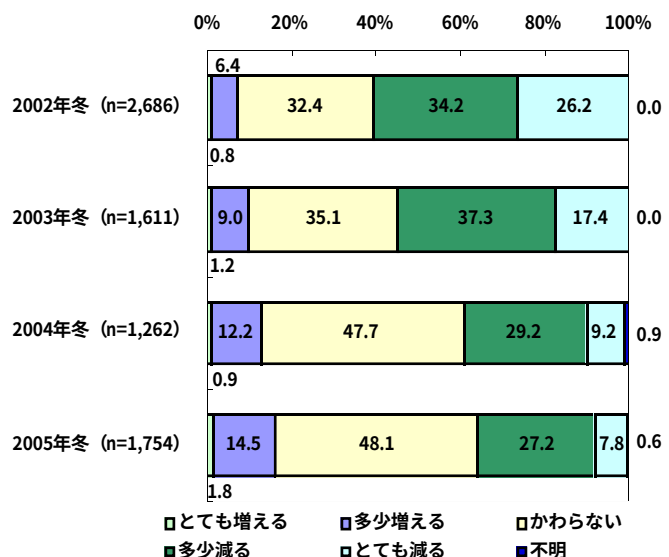


図2 ボーナス受給見込み額の前年との比較



News Release

ボーナス受給予定の回答者に家電やPC/PC関連機器などの電化製品の購入意向について聞いたところ、「購入予定がある」とする回答は25.8%を占め、前年冬に比べ1.0ポイント減少した（図3）。購入予定のある電化製品については、「デスクトップPC」、「液晶テレビ」がともに20.4%を占めトップとなり、以下「DVD/ハードディスクレコーダー」（20.1%）、「ノートPC」（14.9%）と続いている（図4）。前年冬と比較すると、前年冬に圧倒的人気を誇った「DVD/ハードディスクレコーダー」が8.6ポイント減と大きく減少したのに対して、「液晶テレビ」は9.2ポイント増と大幅に増加しており、これまで需要を牽引してきた「DVD/ハードディスクレコーダー」に代わる勢いを示している。

図3 家電やPC/PC関連などの電化製品の購入意向

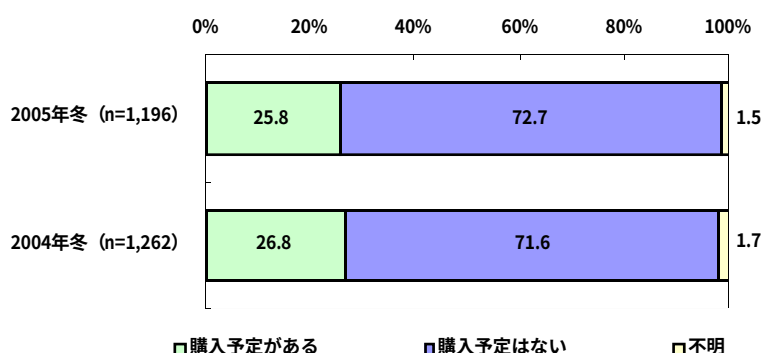
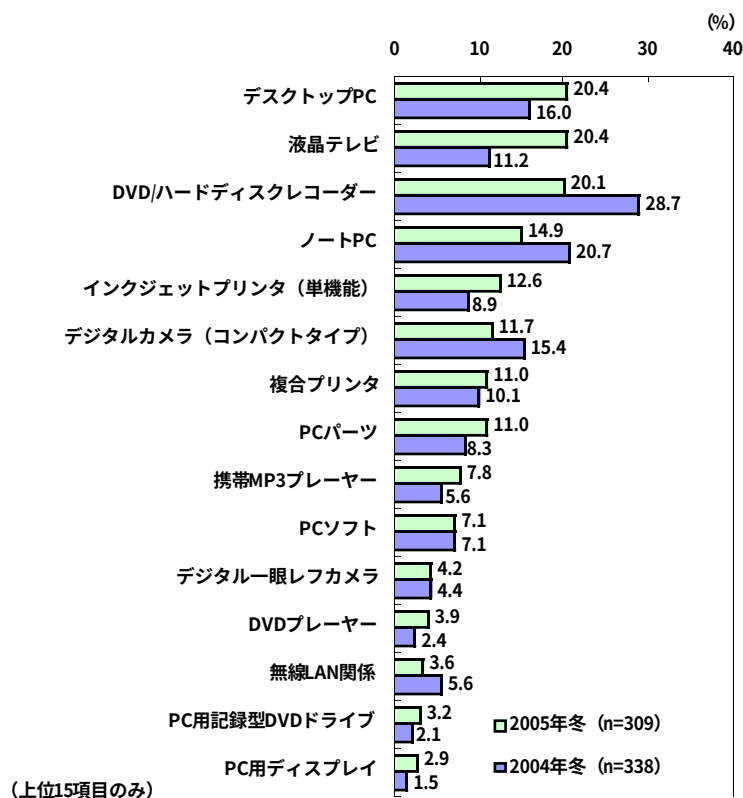


図4 購入予定の電化製品（複数回答）



News Release

また、これまで需要を喚起してきたデジタル家電の所有状況をみると、「DVD/ハードディスクレコーダー」は前年冬比10.9ポイント増の32.7%、「液晶テレビ」は同6.9ポイント増の19.3%となっている（図5）。先述の購入予定のある電化製品の中での「DVD/ハードディスクレコーダー」の順位後退の理由としては、所有率の上昇が一因となっているようだ。

なお、電化製品の「購入予定はない」とした回答者に、購入予定がない理由を聞いたところ、最も多かったのは「特に欲しいものがないから」（49.1%）で約5割を占めた（図6）。前年冬と比較すると、「予算がないから」が8.6ポイント減少した一方、「特に欲しいものがないから」が5.5ポイント増加している。ボーナスの受給環境は改善の見通しとなっているものの、消費者が購入したいと思う電化製品が乏しいことが、購入予定のない最大の理由となっている様子が見受けられる。

図5 主なデジタル家電の所有状況（複数回答）

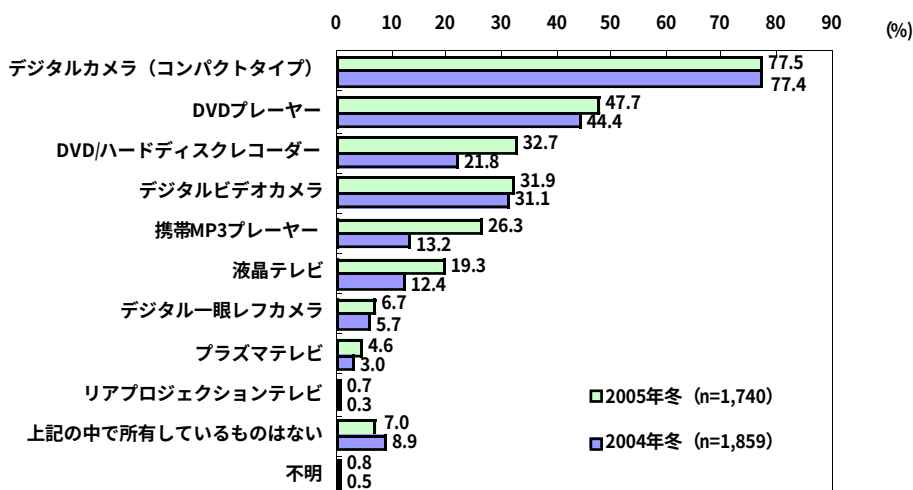
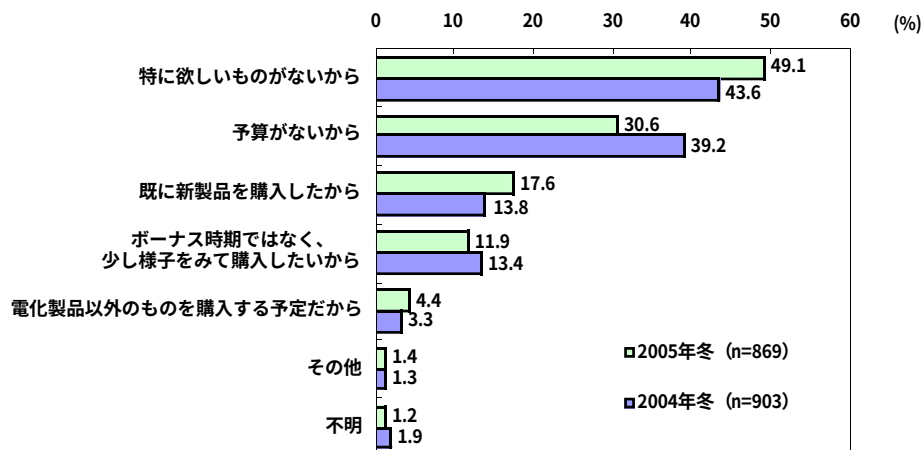


図6 購入予定がない理由（複数回答）



■調査概要

調査期間：2005年11月11日～14日

調査方法：弊社ホームページ（「WebBCN」）でのアンケート

回答数：1,754件

■回答者のプロフィール

性別：男性 60.7% 女性 39.3%

年齢：30歳未満 8.7% 30～40歳未満 31.8% 40～50歳未満 40.9% 50歳以上 18.6% 不明 0.1%（平均 42.0歳）

PC利用歴：3年未満 6.9% 3～5年未満 8.2% 5～10年未満 38.3% 10～15年未満 20.2% 15～20年未満 11.6% 20年以上 14.8%（平均 10.3年）

本リリースについて、今後メールでの配信をご希望の方がいらっしゃれば、対応させていただきます。

お名前・会社名をメールにてお知らせ下さい。

お問い合わせ先：release@bcn.co.jp