

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総研 西尾 治親

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

2004年冬のボーナスの使い道に関するアンケート調査 「DVD/ハードディスクレコーダー」が3期連続で購入意向トップ

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）の市場調査部門であるBCN総研は、Web上で2004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、ボーナスの受給予定者は67.9%を占め、そのうち26.8%が家電やPC/PC関連などの電化製品の購入予定があると回答した。購入予定製品は「DVD/ハードディスクレコーダー」（27.8%）が03年冬、04年夏に続き、3期連続でトップとなった。前年冬と比較すると、9.1ポイント増と高い伸びを示している。「DVD/ハードディスクレコーダー」の購入理由としては、「価格が購入しやすくなったから」とする回答が4割弱を占め、値頃感が出てきたことが要因となっているようだ。

* BCN総研は、東名阪のパソコン大手販売会社17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、ピーシーデポコーポレーション、ビックカメラ、ラオックス=50音順）1,500店舗（2004年11月末現在）の日次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総研は、11月中旬、Web上で2004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。有効回答数は1,859件で、世帯レベルでボーナスの受給があると回答は6割後半を占めた。

受給見込み額は「50～100万円未満」が最も多く、次いで「30～50万円未満」の順となった（図1）。この金額を前年冬の実績と比較してもらったところ、『増える』（「とても増える」+「多少増える」）とする回答は13.1%となった（図2）。前年冬と比べると、『減る』（「とても減る」+「多少減る」）とする割合が16.3ポイント減少した一方、『増える』とする割合は2.9ポイント増加しており、ボーナスの受給状況は改善の見通しとなった。

図1 冬のボーナスの受給見込み額

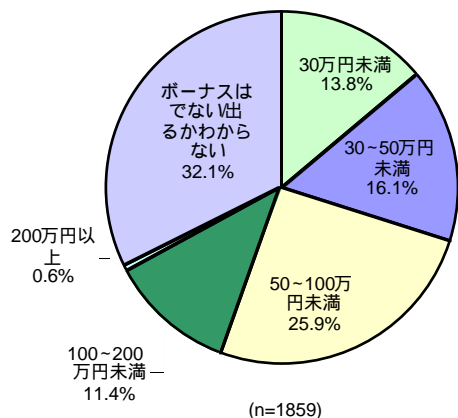
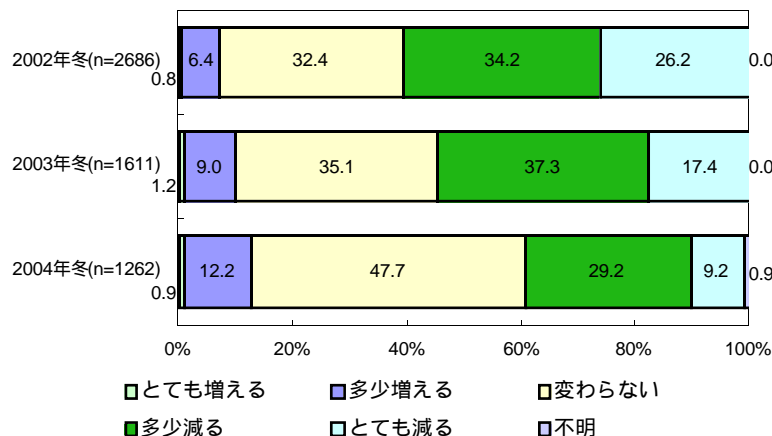


図2 ボーナス受給見込み額の前年との比較



冬のボーナスによる電化製品の購入予定では、26.8%が「購入予定がある」と回答した（図3）。先行きに対する不安感などを背景に、ボーナスの使い道として「投資、貯蓄」をあげる傾向が高まっており、電化製品の購入予定の割合は、前年冬に比べ減少している。購入予定製品については、「DVD/ハードディスクレコーダー」（28.7%）が3割近くを占めトップで、次いで「ノートPC」（20.7%）、「デスクトップPC」（16.0%）の順となった（図4）。「DVD/ハードディスクレコーダー」は03年冬、04年夏に続き、3期連続でトップとなっている。前年冬と比較すると、上位7製品まではいずれの製品も伸びており、特に「DVD/ハードディスクレコーダー」は9.1ポイントと最も高い伸びを示した。「DVD/ハードディスクレコーダー」の購入理由としては、「価格が購入しやすくなった」（39.1%）をあげる割合が高く、4割弱を占めた（表1）。値頃感が醸成されてきたことが、要因となっているようだ。

図3 家電やPC/PC関連などの電化製品の購入意向

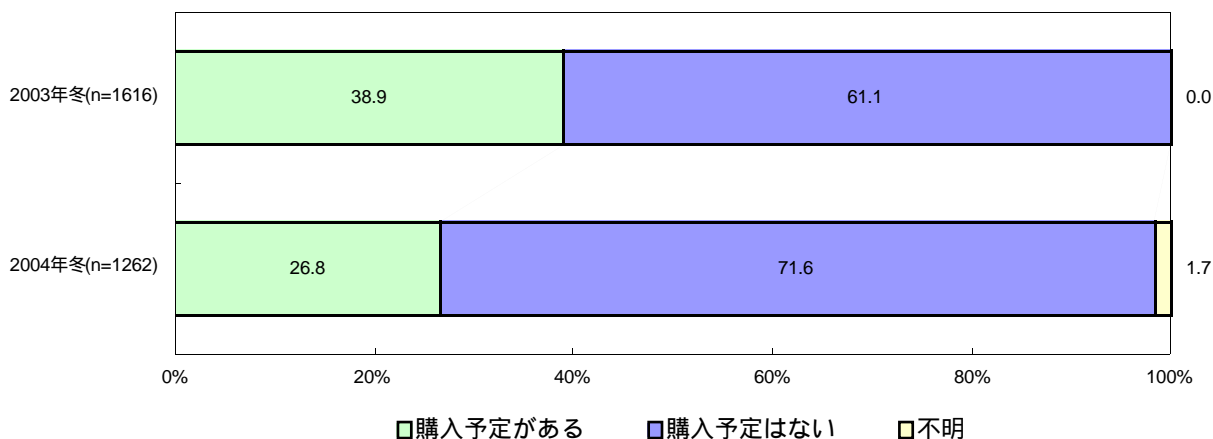
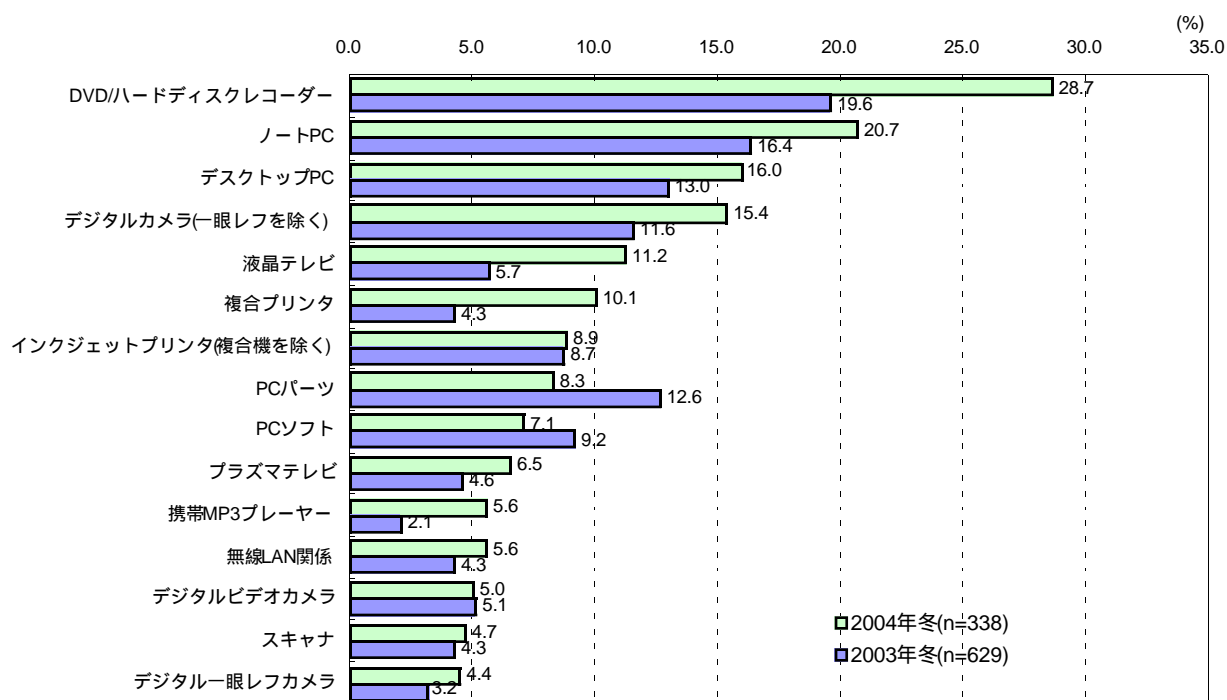


図4 購入予定の電化製品（複数回答）



注) 上位15項目のみ掲載

News Release

表1 最も欲しい製品の購入理由（複数回答）

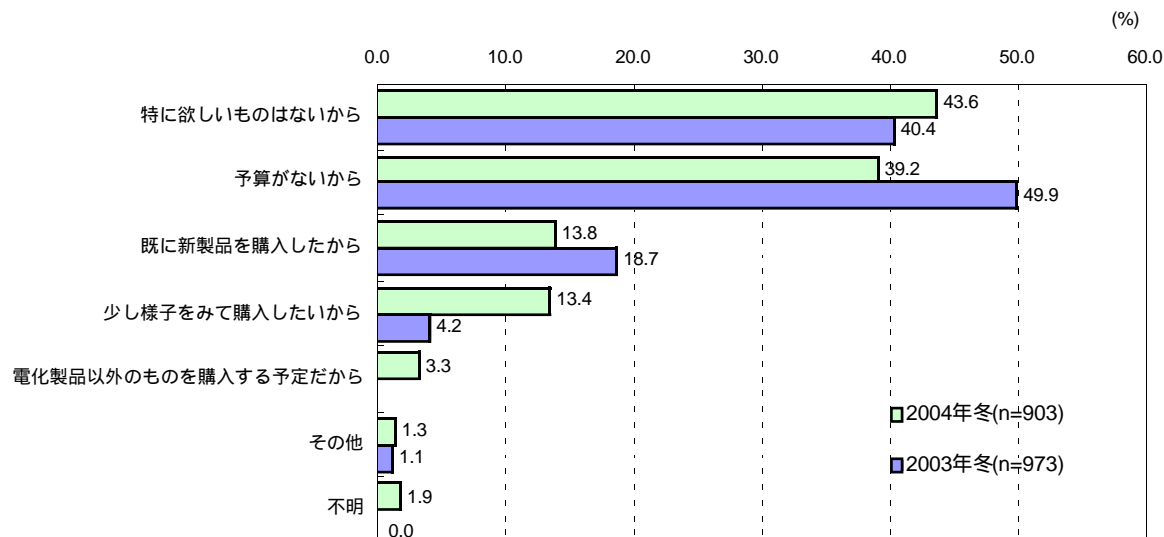
（単位：％）

	n	使用中の製品が古く壊れた	機能の向上した製品が欲しい	価格が購入しやすくなった	新しい技術を体感したい	使用中の製品とは違うタイプのものが欲しい	使用中の製品とは違う使い方が出来る	話題の製品だから	周囲に使っている人が増えた	家族の中で利用者が増えた	店頭でよく見かけるから
DVD/ハードディスクレコーダー	69	15.9	31.9	39.1	27.5	15.9	21.7	18.8	7.2	5.8	5.8
ノートPC	49	55.1	24.5	10.2	8.2	22.4	10.2	2.0	2.0	6.1	0.0
デスクトップPC	39	71.8	41.0	7.7	12.8	7.7	5.1	0.0	0.0	7.7	0.0

注）全体を基準とした上位10項目のみ

また、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尋ねたところ、「特に欲しいものがないから」（43.6％）とする回答が最も多く、4割強を占めた（図5）。前年冬と比較すると、前回トップだった「予算がないから」とする割合が10.7ポイント減少した一方、「特に欲しいものはないから」とする割合が3.2ポイント増加している。ボーナスの受給状況が改善の見通しとなるなか、「特に欲しいものがないから」とする割合が高まっており、今後はこうした層への需要喚起に向けた施策が重要な課題になってくると思われる。

図5 電化製品の購入予定がない理由（複数回答）



注）「電化製品以外のものを購入する予定だから」は今回調査より追加

調査概要

調査期間：2004年11月11日～15日
 調査方法：弊社ホームページ（WebBCN）でのアンケート
 回答数：1,859件

回答者のプロフィール

性別：男性 62.9% 女性 37.1%
 年齢：30歳未満 7.9% 30～40歳未満 34.4%
 40～50歳未満 40.2% 50歳以上 17.3% 不明 0.3%
 PC利用歴：3年未満 3.9% 3～5年未満 13.7%
 5～10年未満 36.3% 10～15年未満 20.1%
 15～20年未満 12.3% 20年以上 13.8%

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