

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/>

デジタル関連製品20ジャンルブランドイメージ調査 PC周辺機器の購入意向では、「メーカーにはこだわらない」とする意向が強い

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総研では、web上でデジタル関連製品20ジャンルについて、ブランドイメージに関するアンケートを行った。調査の結果、PC周辺機器に対する購入意向では、各ジャンルで「メーカーにはこだわらない」とする割合が4割台半ばから6割強を占め、PC本体（デスクトップPC、ノートPCともに3割弱）の場合を大きく上回った。PC周辺機器では、ブランド力よりも、製品の機能性やコストパフォーマンスを重視するユーザーが多いことがその主因であるが、製品そのものに対する認識不足も一因としてあるようだ。

主な周辺機器をみると、液晶ディスプレイでは、液晶分野での実績と信頼性などを背景に「シャープ」がトップとなった。ただ、BCNランキング（2004年3月第2週）で比較すると、実際の販売動向と購入意向とは大きな乖離がみられ、PC用ディスプレイとしてではなく、TVなど他分野での液晶関連の実績やイメージが選定に寄与しているようだ。また、マウスでは「マイクロソフト」がトップとなったものの、「メーカーにはこだわらない」とする割合が5割強を占めており、機能や性能などの「使いやすさ」を満たせばどのメーカーでもかまわないとする傾向がみられた。マザーボードでは、CPUの分野で知名度の高い「インテル」がトップとなったものの、「メーカーにはこだわらない」、「(当該製品で選択肢の中に)知っているメーカーがない」とする回答が合わせて6割台後半を占めた。「メーカーにはこだわらない」とする理由には、『よくわからないから』をあげる回答が多く、マザーボードを扱うメーカーの認知度の低さに加え、マザーボード自体に対する認識の低さもうかがえた。

* BCN総研は、東名阪のパソコン大手販売会社14社（エイデン、大塚商会、グッドウィル、コンプ100満ボルト、さくらや、上新電機、ソフマップ、九十九電機、T・ZONE DIY、デンコードー、ニノミヤ、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）659店舗（2004年2月現在）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。

注）本調査は、弊社で発刊した「デジタル関連製品20ジャンルブランドイメージ調査Vol.1」、「同 Vol.2」の続編で、調査結果は、4月5日発刊予定の「デジタル関連製品20ジャンルブランドイメージ調査Vol.3」に掲載致します。

アンケートでは、デジタル関連製品について、実際の購入予定の有無に関わらず、各品目で購入したいメーカーを尋ね、また、そのメーカーを選択した理由を自由回答形式で尋ねています。

アンケートでは、全部で20ジャンルの購入意向を尋ねていますが、「デジタル関連製品20ジャンルブランドイメージ調査Vol.3」では「液晶ディスプレイ」、「キーボード」、「スピーカー」、「PCカメラ」、「マウス」、「無線LAN」、「モデム」、「ルータ」、「HDD」、「マザーボード」、「メモリ」の11品目を取り上げています。

本調査については、調査報告書を販売致します。詳細は別添資料をご覧ください。

<調査結果のポイント>

液晶ディスプレイの購入意向

- ・購入したいメーカーは、「シャープ」(23.1%)がトップを占め、他はいずれも割合が低く1割に満たない(表1)
- ・『シャープ』の液晶ディスプレイを購入したい理由としては、「人気・ブランド」をあげる回答が多く、全体の54.7%を占めているほか、「使いやすさ(機能・性能等)」をあげる回答も32.8%を占めている(図1)
- ・『人気・ブランド』を理由とする自由回答をみると、「液晶といえばシャープだから」、「液晶では評価が高いから」などの回答が多く、液晶分野での確立されたイメージの強さがうかがえた。ただ、BCNランキング(04年3月第2週)と比較すると、液晶ディスプレイの実際の販売動向と購入意向では大きな乖離がみられた。先述した自由回答の中には「液晶TVのトップメーカーだと思うので」などの回答が多くみられ、PC用ディスプレイとしてはな

く、TVなど他の液晶画面を使用した機器からのイメージがPC用の液晶ディスプレイにも敷衍されたようである。
マウスの購入意向

- ・購入したいメーカーは、「マイクロソフト」(13.8%)がトップで、次いで「エレコム」(10.1%)の順となっている(表1)
- ・『マイクロソフト』のマウスを購入したい理由としては、「使いやすさ(機能・性能等)」をあげる回答が最も多く、50.2%を占めている(図2)
- ・『使いやすさ(機能・性能等)』を理由とする自由回答をみると、「一番手にフィットし、使いやすいから」、「人間工学を考慮している」などの回答が見受けられた。
- ・なお、「メーカーにはこだわらない」とする回答は、全体の51.5%と過半を占めており、その理由としては「手になじみ、クリック感の良い製品ならばメーカーにはこだわらない」、「大きさやフィット感で選ぶので」などの『使いやすさ(機能・性能等)』をあげる回答が多くみられた。

マザーボードの購入意向

- ・購入したいメーカーは、「インテル」(9.9%)がトップで、次いで「ASUSTeK」(6.7%)と続くが、いずれもその割合は低い(表1)
- ・「インテル」のマザーボードを購入したい理由としては、「人気・ブランド」をあげる回答が最も多く、61.2%を占めている(図3)
- ・『人気・ブランド』を理由とする自由回答をみると、「信頼できるから」といった回答のほか、「一番知名度が高いから」、「この中で一番よく聞くメーカーだから」などの回答も多くみられた。
- ・なお、「メーカーにはこだわらない」とする回答は、全体の42.3%を占めており、その理由としては「知識がないのでわからない」、「マザーボードを知らない」などの『よくわからない(違いがわからない等)』をあげる回答が多くみられた。また、「(選択肢の中に)知っているメーカーがない」とする回答も全体の24.6%を占めており、マザーボード及び当該製品のメーカーに対するユーザーの認知度の低さがうかがえた。

表1 ジャンル別購入意向

順位	液晶ディスプレイ		マウス		マザーボード	
	メーカー名	%	メーカー名	%	メーカー名	%
1位	シャープ	23.1	マイクロソフト	13.8	インテル	9.9
2位	ナナオ	8.9	エレコム	10.1	ASUSTeK	6.7
3位	ソニー	6.8	ロジクール	7.4	GIGABYTE	4.4
参考	メーカーにはこだわらない	35.1	メーカーにはこだわらない	51.5	メーカーにはこだわらない	42.3
	知っているメーカーがない	7.4	知っているメーカーがない	9.2	知っているメーカーがない	24.6

注)「知っているメーカーがない」とは当該製品について、アンケートの選択肢の中に知っているメーカーがないことを指す (n=1,580)

図1 シャープの液晶ディスプレイを購入したい理由

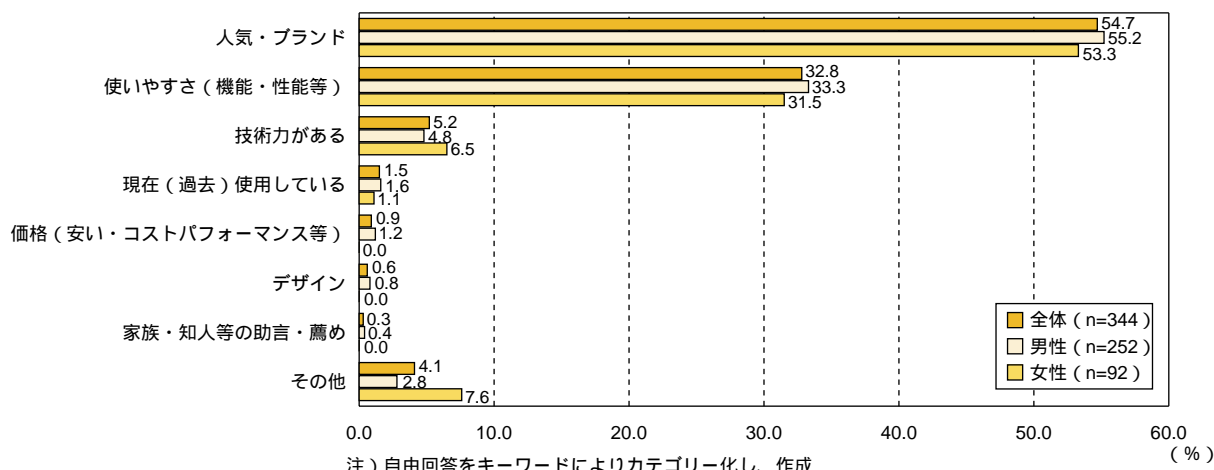


図2 マイクロソフトのマウスを購入したい理由

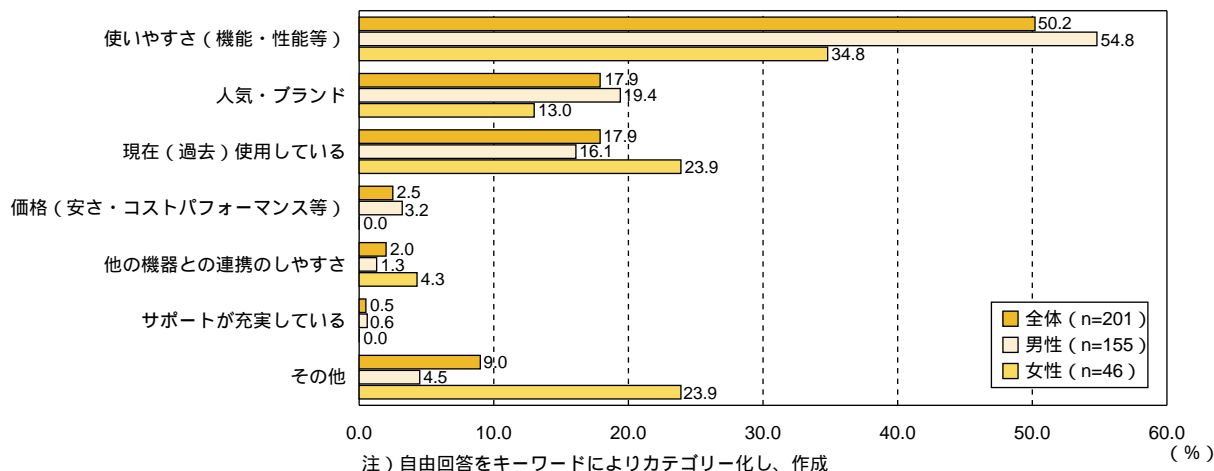
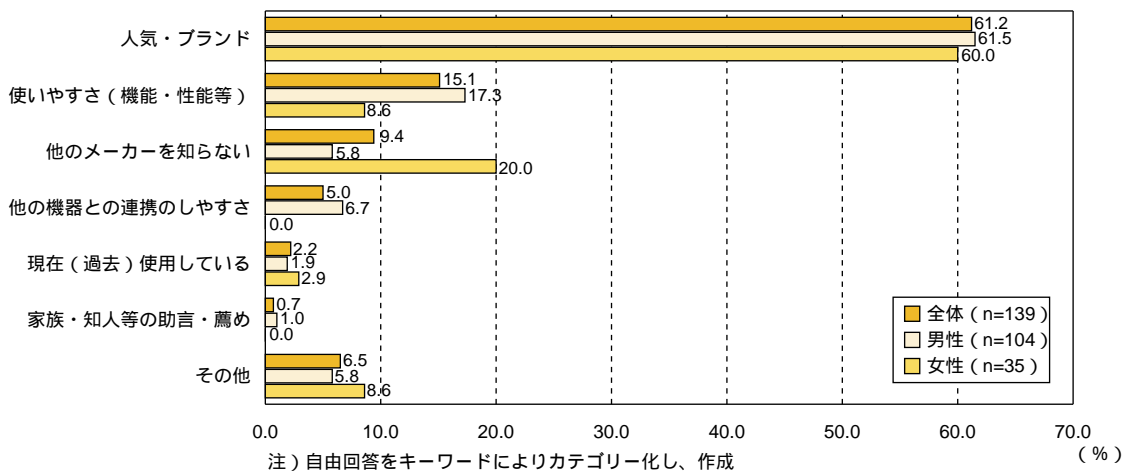


図3 インテルのマザーボードを購入したい理由



調査概要 調査期間：2004年1月22日～26日 調査方法：弊社ホームページ (WebBCN) でのアンケート 回答数：1,580件	回答者のプロフィール 性別：男性 66.2%、女性 33.8% 年齢：20歳未満 0.6%、20～30歳未満 9.7% 30～40歳未満 36.1%、40～50歳未満 36.0% 50～60歳未満 12.3%、60歳以上 5.3% PC利用歴：3年未満 5.6%、3～5年未満 16.3% 5～7年未満 17.8%、7～10年未満 14.1% 10～15年未満 20.1%、15年以上 26.1%
--	--

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