

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 井門 由香

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

## PCでのTV鑑賞と録画についてのアンケート調査 PCでTVを見ているユーザーの7割が「満足」

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PCでのTV鑑賞と録画についてのアンケート調査を行った。その結果、現在PCでTVを「見ている」という割合は2割にとどまったが、見ているユーザーの7割は「満足」という回答で、TVPCの利便性が認められていることがわかった。また現在見ていないユーザーでも、半数がPCでのTV鑑賞に意欲を示したことから、今後PCのTV機能利用率は高まると考えられる。

今後PCでTVを見たいというユーザーに理由を聞いたところ、「PCを利用するついでにTVを見たいから」の比率が最も高く、現在PCでTVを見ているユーザーと同様に「ながら」利用の意向が高かった。しかし「女性」では「色々な場所でTVを見たいから」、「20代以下」では「省スペースを図りたいから」の比率が他に比べて高いなど、利便性を感じる点には属性によって違いがみられた。

PCでTVを見ることに関する自由意見では、PC=個人用、TV=家族用ととらえた回答が多かったことから、今後TVPCの利便性を高め、また家庭用一般TVとの差別化を図るためには、パーソナルユースをターゲットとした商品やサービスが求められているといえるだろう。

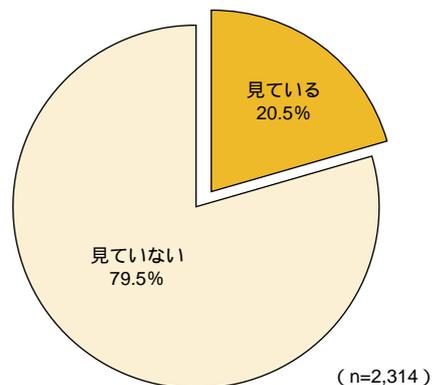
\* BCN総研は、東名阪のパソコン大手販売会社14社（エイデン、大塚商会、グッドウィル、コンプ100満ボルト、さくらや、上新電機、ソフマップ、九十九電機、T・ZONE DIY、デンコードー、ニノミヤ、ピーシーデポコーポレーション、ビックカメラ、ラオックス=50音順）659店舗（2004年2月現在）の日次販売データをデイリーで収集し配信するBCNランキングを公表しています。このデータをもとに、PCリテール市場の動向を分析したニュース配信を行っています。

PCのTV機能搭載比率は高まっている。BCNランキング\*によると、2004年2月（2月1日～2月29日）のデスクトップPCにおけるTV機能搭載モデルの販売構成比は59.6%、ノートPCでは10.6%となり、前年同月と比べてデスクトップPCで11.6ポイント増、ノートPCで5.8ポイント増となった。そこでBCN総研では、PCでのTV鑑賞と録画の実態を把握し、今後の意欲やニーズを探ることを目的にアンケート調査を行った。

現在のPCでのTV視聴状況については、「見ている」という回答は20.5%にとどまり、「見ていない」ユーザーが大勢を占めた（図1）

調査概要	
調査期間：2004年2月10日～16日	PC利用歴：
調査方法：弊社ホームページ上（「WebBCN」）でのアンケート	3年未満 5.8%
有効回答：2,314件	3～5年未満 17.0%
	5～10年未満 35.6%
	10～15年未満 19.5%
	15～20年未満 10.2%
	20年以上 11.8%
	（平均：9.2年）
回答者のプロフィール	
性別： 男性 62.2%	
女性 37.8%	
年齢	
20歳未満 0.6%	
20～30歳未満 10.9%	
30～40歳未満 36.1%	
40～50歳未満 36.1%	
50～60歳未満 11.5%	
60歳以上 4.8%	
（平均：40.7歳）	
家庭用TVを見る時間：	
1時間未満 8.6%	
1～3時間未満 48.1%	
3～5時間未満 30.3%	
5～8時間未満 8.8%	
8時間以上 3.3%	
TVを持っていない/壊れた 0.7%	
不明 0.2%	

図1 PCでのTV視聴状況



「見ている」ユーザーの視聴している理由は「PCを利用するついでにTVを見たいから」が57.0%と6割近くを占め、「ながら」利用が中心である様子がうかがえた（図2）

「見ている」ユーザーにPCでTVを見ることに対する満足度を聞いたところ、「大変満足している」は13.4%にとどまったが、「やや満足している」が57.7%を占め、合わせて7割が「満足」と回答した（図3）。TVPCの利便性は認められているといえる。

図2 視聴している理由（複数回答）

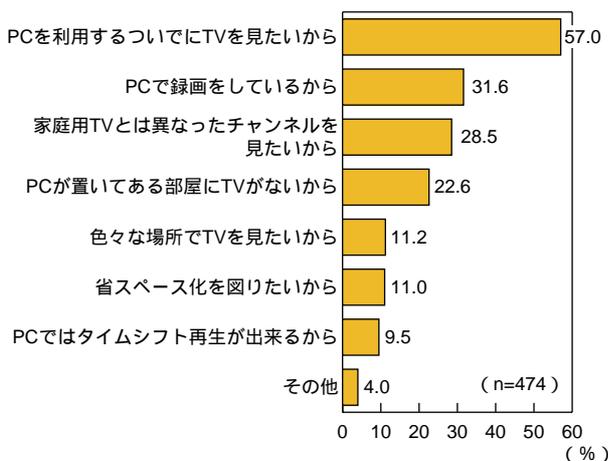
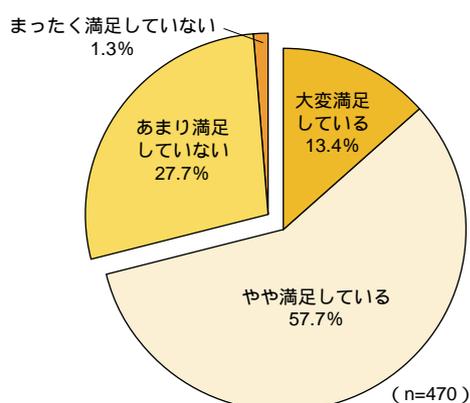


図3 PCでTVを見ることに対する満足度



現在「見ていない」ユーザーに今後の視聴意欲について聞いたところ、49.4%が「見たい」（「見たい」+「やや見たい」）と回答した（図4）

視聴したい理由は、「PCを利用するついでにTVを見たいから」が49.9%と最も多く、既に見ているユーザーと同様の結果となったが、「PCで録画をしたいから」、「色々な場所でTVを見たいから」、「省スペース化を図りたいから」などが『既に見ている』ユーザーと比べて高く、視聴理由が多様化している（図5）

属性別にみると、「女性」では「色々な場所でTVを見たいから」、「20代以下」では「省スペース化を図りたいから」の比率が男性や他の年代と比べて高く、属性による違いがはっきりとあらわれた（表1）

図4 今後の視聴意欲

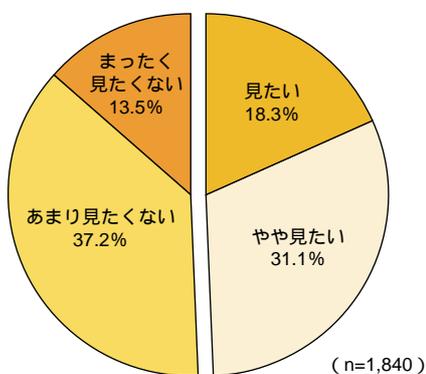


図5 視聴したい理由（複数回答）

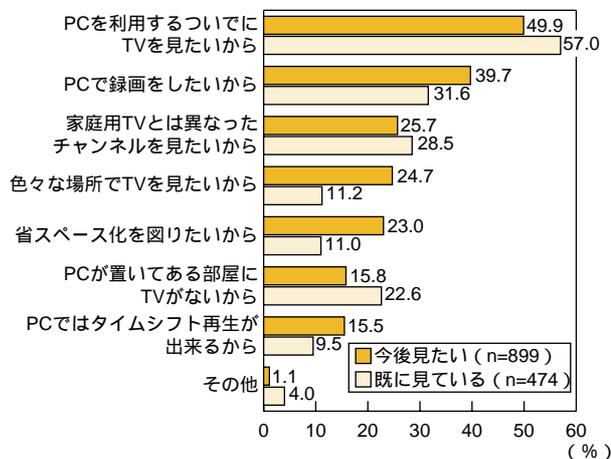


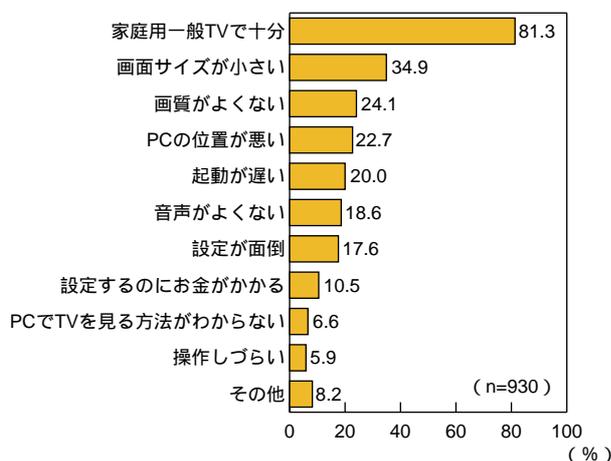
表1 視聴したい理由（属性別、複数回答）

	n	PCを利用するついでにTVを見たいから	PCで録画をしたいから	家庭用TVとは異なったチャンネルを見たいから	色々な場所でTVを見たいから	省スペース化を図りたいから	PCが置いてある部屋にTVがないから	PCではタイムシフト再生が出来るから	その他	
全体	899	49.9	39.7	25.7	24.7	23.0	15.8	15.5	1.1	
性別	男性	538	51.9	43.5	22.3	20.4	22.9	16.0	19.5	0.9
	女性	361	47.1	34.1	30.7	31.0	23.3	15.5	9.4	1.4
年代	20代以下	117	47.0	45.3	23.1	29.1	26.5	18.8	9.4	1.7
	30代	334	49.1	38.3	24.6	24.9	23.7	12.9	16.2	1.5
	40代	321	47.7	43.3	27.4	25.2	23.1	15.6	15.9	0.9
	50代以上	127	60.6	29.1	26.8	18.9	18.1	21.3	18.1	0.0
PC歴	5年未満	224	49.1	33.5	36.2	25.9	19.6	11.6	8.9	2.2
	5~10年未満	324	49.4	38.6	24.4	22.5	24.4	17.3	15.4	0.9
	10~15年未満	185	55.1	40.0	24.3	25.9	22.2	18.4	16.2	0.0
	15年以上	166	46.4	50.0	15.7	25.9	25.9	15.7	23.5	1.2

今後の視聴意欲で「見たくない」「あまり見たくない」+「まったく見たくない」と回答したユーザーに見たくない理由を聞いたところ、「家庭用TVで十分」が8割にのぼった（図6）。「画面サイズが小さい」や「画質がよくない」といったPCの機能面でのマイナス要因というよりも、ニーズがないというのが最たる要因といえる。

PCでTVを見ることについて自由に意見を述べてもらったところ、『肯定派』、『否定派』とも共通して、PC=個人用、TV=家庭用ととらえている様子がうかがえた。今後、TVPCの利便性を高め、また、家庭用一般TVとの差別化を図るためには、パーソナルユースをターゲットとした商品やサービスの充実が求められているといえる。

図6 PCでTVを見たくない理由（複数回答）



### 自由回答（抜粋）

#### 【既に見ているユーザー】

- ・チャンネル争いは解消されます（男性、33歳、PC利用歴：11年）
- ・今より増えることはあっても減ることはないと思う（男性、43歳、PC利用歴：15年）
- ・家族が他の番組を見ている時にはPCでTVを見ていますが凄く便利です（女性、31歳、PC利用歴：3年）
- ・省スペースでPCと同時進行で見られるので、とても便利。時間の有効利用ができるし、買って正解だった（女性、43歳、PC利用歴：3年）

#### 【今後見たいユーザー】

- ・PCをいじりながらも見れるのは、とてもありがたい（男性、34歳、PC利用歴：3年）
- ・ニュースなどを画面のすみにつけばなして見てみたい（男性、40歳、PC利用歴：5年）
- ・家事の合間に見れると便利だと思います（女性、43歳、PC利用歴：6年）
- ・持ち運びができるので好きな所で（冷暖房関係）見れるのはうれしいです（女性、30歳、PC利用歴：10年）

#### 【今後見たくないユーザー】

- ・テレビを見ながら（BGM代わりに）PC操作したいから不必要（男性、36歳、PC利用歴：15年）
- ・PCでTVを見る必要がない。他に沢山、違う役目がある（男性、49歳、PC利用歴：10年）
- ・PCではメールやインターネットをしょっちゅうしているためTVまでPCで見ようとは思わない（女性、31歳、PC利用歴：9年）
- ・絶対に目が悪くなる（女性、41歳、PC利用歴：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