報道関係者各位

株式会社コンピュータ・ニュース社
〒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にお願いします。
BCN総研　井門　由香
http://www.computernews.com/marketview

PCに求めるのは「飽きのこない色」

BCN総研は、東名阪のパソコン大手販売会社12社（エイデン、大塚商会=αランド、グッドウィル、コンプ100満ボルト、コンプマート、CSKエレクトロニクス=T･ZONE、上新電機、ソフマップ、九十九電機、ニノミヤ、ビックピーカン、ワンダーコーポレーション=50音順）556店舗（2002年01月01日現在）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（毎月第2、第4金曜日の発行となります)。

株式会社コンピュータ・ニュース社（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総研がホームページ上で行ったアンケート調査では、ユーザーの『色』に対する関心は高く、とくに女性において色にこだわる傾向が強いことがわかった（図1)。これまではカラーバリエーションの少なかったPCも、今後は利用者や利用シーンに合わせたカラー化が求められているといえる。

今後PCを購入する際に求める色は、男女ともに「飽きのこない色」であった（図2)。

現在所有のPCを購入する際、色にこだわったかどうかを聞いたところ、「とてもこだわった」が2.1%、「ややこだわった」が13.1%と、色にこだわったという回答は15.2%にとどまった。

一方、他のモノ（携帯電話、車、冷蔵庫、インテリア、服装）の色については、「こだわる」という回答比率は総じて高かった。とくに女性において、色にこだわる傾向が強いことがわかった（図1)。また、色に対する自由な意見を求めた結果でも、「色によって気分が変わる」、「自分の好きな色に囲まれていると癒される」など、『色』は生活のなかで重要な要素であるという意見が多くみられた。

次回PCを購入する際、「PCに求める色」は、男女ともに「飽きのこない色」であった（図2)。しかし女性では、「自分の好きな色」（18.8%)、「インテリアとマッチする色」（10.0%)、「かわいい色」（9.3%）という回答が男性に比べて多くみられるなど、男女で違いがみられた。

具体的に希望する色についても、男性では「シルバー」（25.0%)、「グレー」（18.9%)、「黒」（16.5%）と落ち着いた色に回答が集中した。それに対し、女性では「シルバー」（25.0%）が男性同様1位だったが、以下「グレー」（10.6%）「ターコイズ」（9.4%)、「青」「黒」（9.2%)、「ピンク」（8.3%)、「オレンジ」（6.0%）と回答が分かれ、また明るい色への希望も多かった。

PCの場合、性能や価格を重視する傾向が強く、またカラーバリエーションも少ないことから、商品の色が差別化ポイントとなることは少なかった。しかし今後は、ユーザーそれぞれの生活シーン、好みに合わせたカラー化が求められているといえる。

図1　『色』に対するこだわり

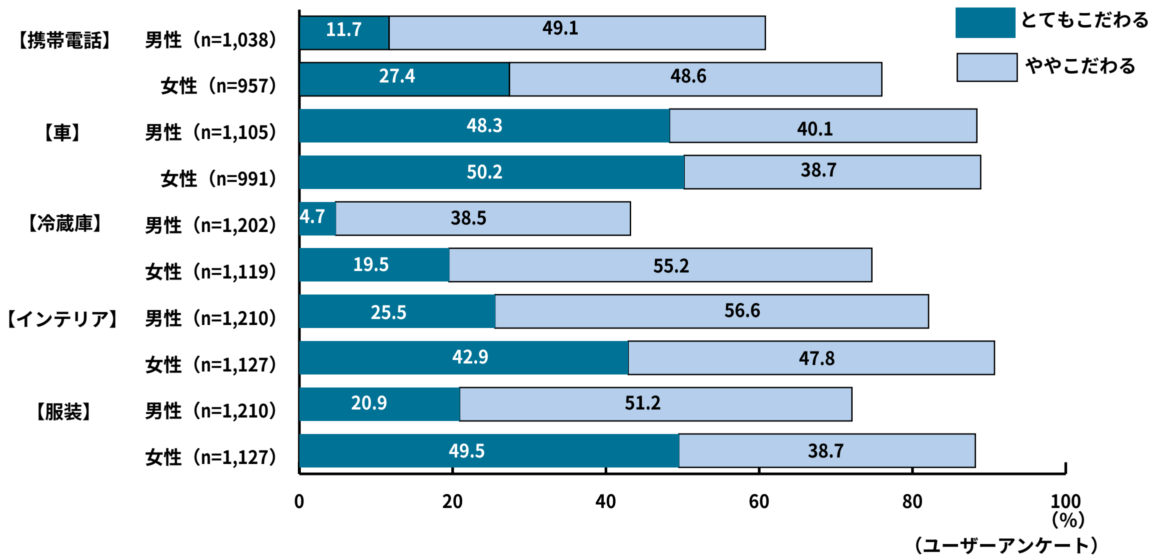
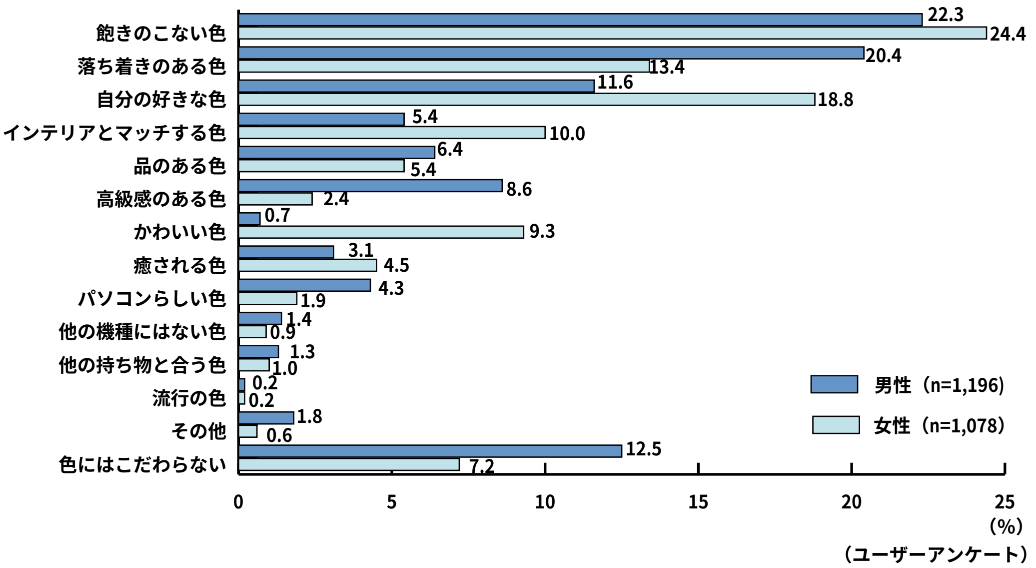


図2　PCに求める色



●回答者のプロフィール
「調査期間」／2002年3月8日～12日　「調査方法」／ホームページ「WebBCN」上でのアンケート
「有効回答数」／2,337件　「性別」／男性 51.8%　女性 48.2%
「年齢」／20歳未満 2.3%　20～30歳未満 16.9%　30～40歳未満 40.9%　40～50歳未満 29.6%
50～60歳未満 7.2%　60歳以上 3.1%
「PC歴」／1年未満 1.4%　1～3年未満 21.6%　3～5年未満 19.4%　5～10年未満 28.5%　10～15年未満 13.8%
15～20年未満 9.1%　20年以上 6.2%
「職業」／会社員（営業・販売・サービス）7.7%　会社員（事務・企画・調査）14.9%
会社員（技術・研究職）17.0%　公務員 4.0%　教員・講師 2.2%　医師・弁護士 0.5%　会社経営 0.4%
自営業 8.6%　専業主婦 20.8%　学生 4.5%　パート・アルバイト 10.2%　無職 5.5%　その他 3.7%

＊　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。
赤島までご連絡下さい（akashima@bcn.co.jp）。