

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 3-25-1

TEL 03-3818-2661 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 (いもん ゆか)

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

“ 家庭内モバイル ” のニーズが ノートの需要を牽引

コンピュータの週刊専門紙である「BCN」(BUSINESSコンピュータニュース)を発行する株式会社コンピュータ・ニュース社(本社・東京都文京区、社長奥田喜久男)は、東名阪のパソコン大手販売会社13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、スタンバイ、ソフマップ、九十九電機、ビックパソコン館、ニノミヤ、ワンダーコーポレーション=50音順)565店舗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、BCNの市場調査部門であるBCN総研ではPCリテール市場の動向分析を行っています。

コンピュータ・ニュース社(本社・東京都文京区、社長奥田喜久男)の市場調査部門であるBCN総研の調査で、ノートパソコンの需要拡大に家庭内で持ち運んで使うという“家庭内モバイル”のニーズが大きく貢献していることがわかった。

ノートパソコンを主に利用しているユーザーを対象にしたアンケートでは、61.6%が家庭内で持ち運んで利用しており、単なるデスクトップの代用としての利用は38.4%にとどまっている。外出先に加え、家庭内でのモバイルニーズがノートパソコンの需要を牽引している。

パソコンの店頭販売におけるノートパソコンの販売構成比率は、昨年11月以来、4ヶ月連続でデスクトップを上回っている。ノートの持つ「省スペース性」、「モバイル性」が強みとなっている。調査結果でも、ノートの購入理由として、「省スペースだから」が41.5%、「外出先で利用したかった」が27.2%とこの2点がノートの魅力となっていることがわかった(図1)。

だが、家庭内での持ち運びニーズについて聞いたところ、「頻繁に持ち運んで利用」が28.0%、「時々持ち運んで利用」が33.6%と、家庭で利用しているユーザーの61.6%が家庭内で持ち運んで使っており、「所定の位置から動かしたことがない」という回答は38.4%にとどまった。「省スペース性」が受けているノートであるが、単にデスクトップの代用ではなく、ノートの持つ「モバイル性」が家庭内でも活かされていることがあきらかとなった(図2)。

家庭内でノートを持ち運ぶ目的としては「インターネットへ接続するとき」が26.7%、「プリンタへ接続するとき」が18.9%であった(図3)。今後はさらに、テレビ、ステレオ、ビデオなどデジタルAV機器との接続など、用途が広がることは確かであり、“家庭内モバイル”ニーズがノート需要を牽引していくだろう。

図1 ノートの購入理由

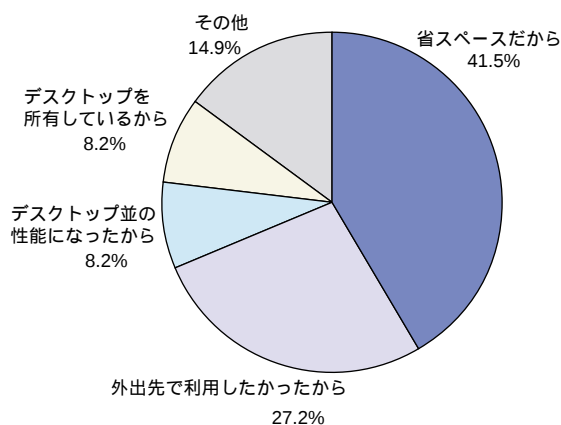


図2 家庭内でのノートの持ち運びニーズ

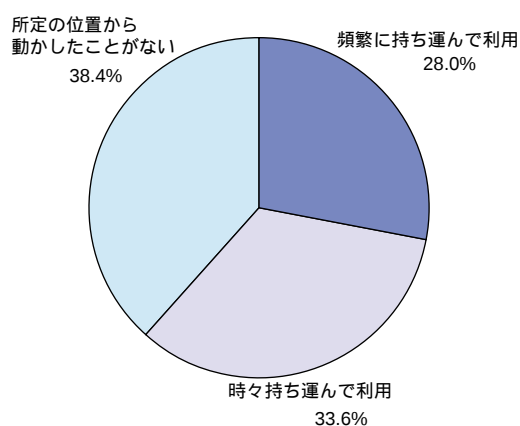
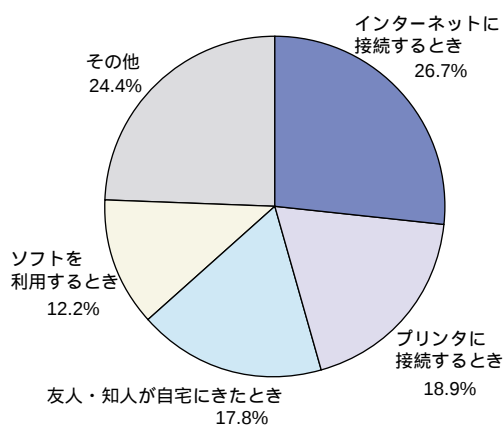


図3 家庭内でノートを運ぶ目的



調査概要

調査期間：2001年3月9日～3月15日

調査方法：弊社ホームページ（WebBCN）でのアンケート

有効回答：413件

回答者のプロフィール

男性 66.3%

女性 33.7%

職業：営業・販売・サービス 4.0%

事務・企画・調査職 16.3%

技術・研究職 21.8%

SE・プログラマー 11.8%

教員・講師 2.0%

自営・自由業 8.8%

専業主婦 16.8%

学生 6.0%

無職 4.5%

その他 7.7%

年齢：20歳未満 1.5%

20～30歳未満 20.0%

30～40歳未満 41.6%

40～50歳未満 29.2%

50歳以上 7.7%

PC歴：5年未満 29.7%

5～10年未満 31.6%

10～15年未満 15.1%

15～20年未満 16.1%

20年以上 7.5%