

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 谷古宇(ヤコウ)  
<http://computernews.com/marketview>

## 「PCは生活に必須のアイテム」と消費者は認識

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・ニュース社は、東名阪のパソコン大手販売会社9社(エイデン、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、スタンバイ、ソフマップ、九十九電機、ニノミヤ=50音順)284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(システム名:BCN Market View)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。

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)の市場調査部門であるBCN総研は、ライフスタイルにおけるPCの位置づけを探る目的で300人の消費者にアンケート調査を行った(調査期間は11月26日~28日)。その結果、消費者の大半は、PCを電子メールやインターネットのホームページ閲覧を行うためのコミュニケーション端末、情報収集端末としての位置づけで認識しており、生活に密着したツールとして必要不可欠なものであると判断していることが明らかになった。

生活におけるPCの位置づけとして最も多くの支持を集めたのは、「インターネット上でホームページを閲覧するためのツール」(49.2%)である。次に「メールツール」(19.9%)が続く。つまり、回答者の69.1%がPCを外部とのコミュニケーションや情報収集を図るためのツールとして捉えていることになる。さらに、PCが生活に必要なかという質問については、全体の96.3%が「必要」と回答しており、「まったく必要ではない」と回答したのは0%という結果となった。ホームページ閲覧の利用目的として第1にあげられるのは、「ニュースなどの情報を得る」(43.6%)であり、電子メールの利用用途では「友人・知人との情報交換」(41.3%)が筆頭である。「情報入手速度の素早さ、情報交換の簡便さが紙媒体を凌駕する魅力がある」との声が多く、PC=インターネットが生活の必需品として消費者に認識されていることが今回の調査で明らかとなった。

図1 PCの位置づけ

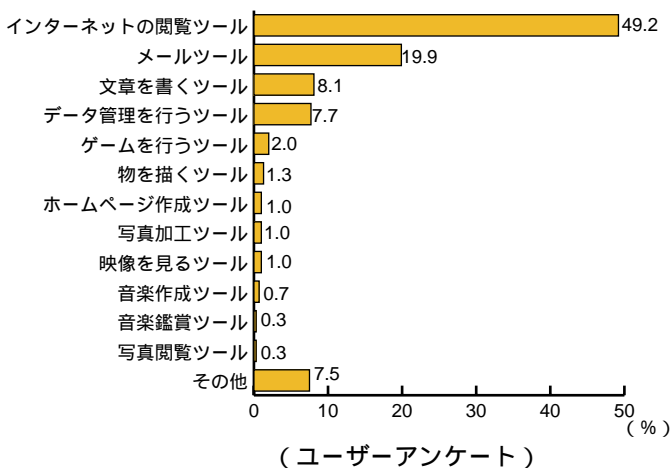


図2 PCの必要性

