

2008年12月25日  
株式会社ブランド総合研究所

## 今年大ヒットしたミニノートPC 2009年さらなるヒットへの条件は“使いやすさ” 「ミニノートPCに関する調査」より

2008年大ヒットのミニノートPC、今後は“使いやすさ”を求める声。このような調査結果が、ブランド総合研究所が行った「ミニノートPCに関する調査」から明らかになりました。

※ミニノートPCとは、液晶のサイズが10型以下で、OSに、Windows Vista または Windows XPを採用のものを指します

この調査は、10代～60代までの男女10,000人の中で、ミニノートPC購入した人353名及びミニノートPCに対して興味を持っている人365名、合計718名に対してミニノートPCに関しての設問を行ったもので、12月16日から18日までインターネットにて実施しました。

今回の調査より、2008年にミニノートPCを購入した人は価格(コストパフォーマンス)、軽さ、メーカー/ブランドを重視して、購入している実態が明らかとなりました。

2009年のミニノートPCでは、“使いやすいPC”が一つのキーワードとなり、消費者は“堅守性”、“軽さ”、“信頼のあるメーカー”、“キーボードの操作性”を重要視しているという意識も明らかとなりました。また「多少値段が高くなってもしっかりしたものを使いたい」という消費者のニーズも顕著に表れました。

2008年のミニノートPCは、お手軽で安い価格のパソコンとしての普及をしていましたが、これからのニーズとしては、よりいっそうの“使いやすさ”を求める声が多いといえます。

### ■ ミニノートPC、購入者は“価格”“軽さ”“メーカー”をまず考慮

ミニノートPC購入者の購入要因として、「価格(コストパフォーマンス)が良い(42.2%)」、「軽い(32.5%)」、「メーカー/ブランド(28.8%)」が上位にあげられました。

＜所有しているミニノートPCを選んだ際に重視した点＞(N=353 複数回答可) ※回答者数の多い上位5項目を抜粋

	所有しているミニノートPCを選んだ際に重視した点	%	人
1	価格(コストパフォーマンス)が良い	42.2	148
2	軽い	32.5	114
3	メーカー/ブランド	28.8	101
4	デザインがいい	19.1	67
5	操作がしやすい(使いやすい)	18.5	65

2008年のミニノートPC購入者の傾向では、やはり低価格が購入の決め手となり、軽さ・メーカー/ブランド興を主に意識して購入していた結果となりました。

## ■ 2009年ミニノートPCは『使いやすいPC』がキーワード ～“堅牢性”、“軽さ”、“信頼のあるメーカー”、“キーボードの操作性”がポイント～

ミニノートPCについて、消費者の考えに近いものを質問したところ、2009年にミニノートPCがさらに普及するためのキーワードが明らかとなりました。

ミニノートPC購入者・興味保有者ともに肯定意見の多さが顕著だったのは、「落としても壊れない頑丈な方がいい(購入者:85.6% 興味保有者:89.9%)」、「メーカーは信頼のあるものにしたい(購入者:83.9% 興味保有者:88.2%)」、「重量が軽く常に持ち運べる方がいい(購入者:83.3% 興味保有者:88.5%)」、「ミニノートPCとはいえ、使いやすいパソコンであるべきだと思う(購入者:82.2% 興味保有者:89.3%)」、「小さいパソコンであってもキーボードの打ちやすさが重要だと思う(購入者:80.5% 興味保有者:87.9%)」という5項目でした。

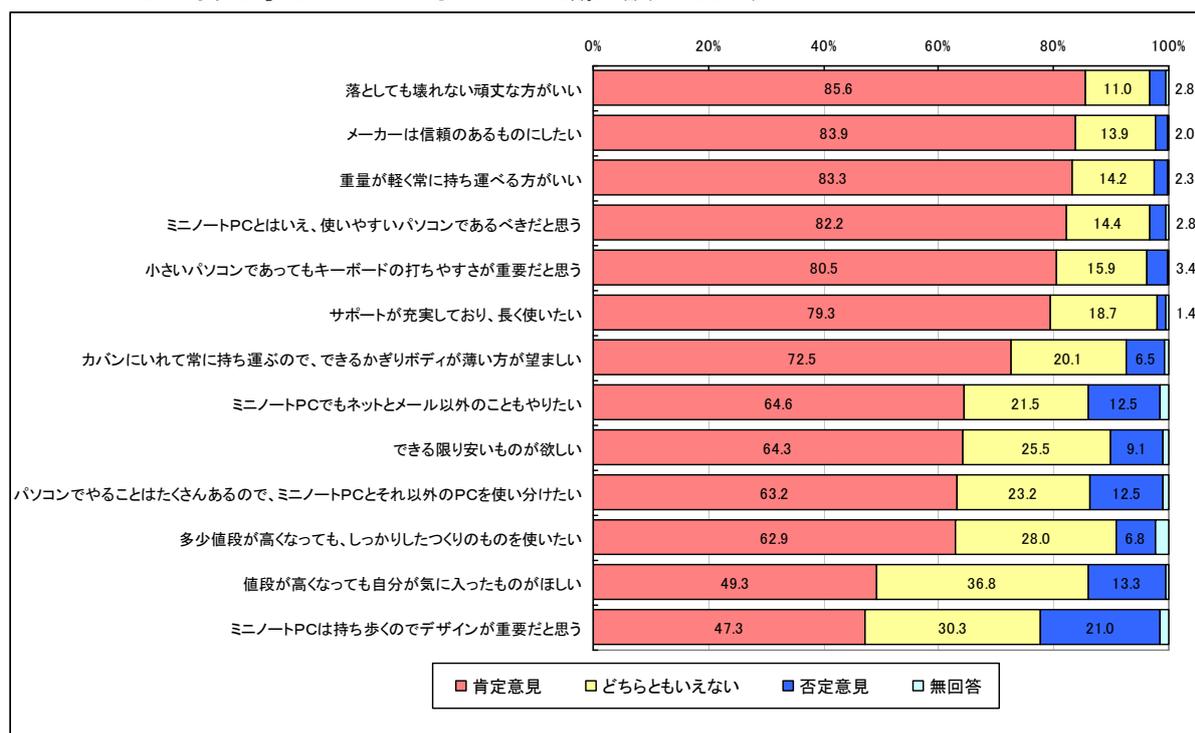
ここで注目したいのは「ミニノートPCとはいえ、使いやすいパソコンであるべきだと思う」に多くの支持が集まったという点です。低価格で大ヒットをしたミニノートPCですが、安さだけでなく、妥協せずに使いやすいパソコンを切に求める声が多い結果となりました。特に購入者の肯定意見(82.2%)よりも興味保有者の肯定意見の数字(89.3%)と多く、2009年にミニノートPCがさらに普及するためのキーワードとなりそうです。

具体的には肯定意見の多かった“堅牢性”、“軽さ”、“信頼のあるメーカー”、“キーボードの操作性”などが消費者のニーズとしてあるようです。常に持ち運ぶものであるため、安心感や軽さが重要で、また小さいサイズでありながらきちんと使えるキーボードのサイズ感もポイントのようです。

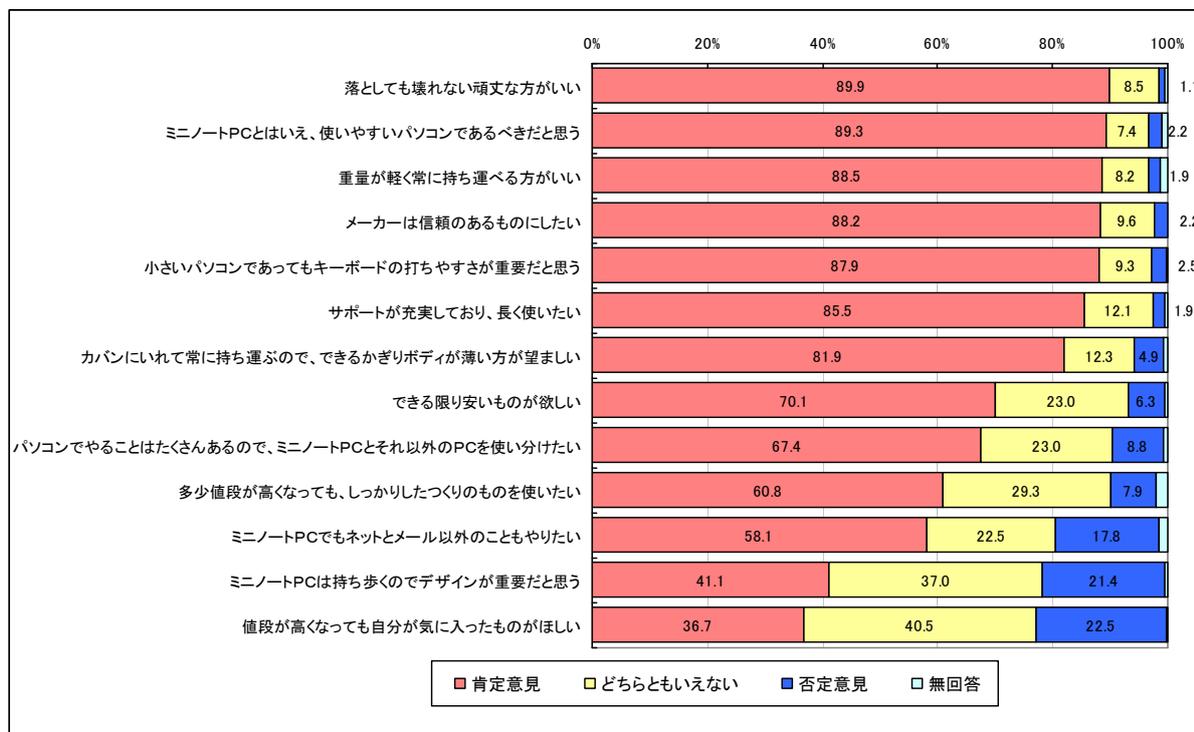
その他の意見としては「サポートが充実しており、長く使いたい」に購入者:79.3% 興味保有者:85.5%の肯定意見が多く集まり、一度購入したら長期的に安心して使いたいというニーズが読み取れます。

ミニノートPCの2008年大ヒットの要因となった価格については、「できる限り安いものが欲しい(購入者:64.3% 興味保有者:70.1%)」という声が過半数を超える一方で、「多少値段が高くなっても、しっかりしたつくりのものを使いたい(購入者:62.9% 興味保有者:60.8%)」という意見も支持され、ただ安いだけでなく、しっかり使えるパソコンを求めている傾向にあることが分かります。

<ミニノートPCに対する考えのグラフ> ●ミニノートPC購入者(N=353人)



## ●ミニノートPC興味保有者(N=365人)



- ※ 質問方式は回答者の考えに近いものを5項目から選択(A:そう思う、B:どちらかと言えばそう思う、C:どちらともいえない、D:どちらかと言えばそう思わない、E:思わない)
- ※ 本グラフの肯定意見=Aそう思う+Bどちらかと言えばそう思う、  
否定意見=Dどちらかと言えばそう思わない+E思わない

デスクトップPC、ノートPCについて、第三の市場として急拡大してきたミニノートPCは、2008年に低価格を追求し大ヒットとなりました。そのミニノートPCがさらに消費者に受け入れられるために“使いやすいPC”ということがキーワードになるようです。“堅守性”、“軽さ”、“信頼のあるメーカー”、“キーボードの操作性”がポイントとなり、安だけでなく、安心感・携帯性・操作性のよいパソコンが求められているようです。

## &lt;調査の概要&gt;

調査方法 : インターネット調査  
調査対象者 : 調査モニターより10代～60代までの約10,000名の中で、  
ミニノートPC所有者及びミニノート興味保有者を選定  
回収対象者 : ミニノートPCユーザー及びミニノートPC興味保有者  
有効回収数 : 718人  
設問数 : ミニノートPCに関する設問、回答者属性など計19問  
調査期間 : 2008年12月16日～2008年12月18日

## &lt;結果概要について&gt;

今回の調査の詳細な結果は、「調査報告書」として発行・販売いたします。  
商品名 : 『ミニノートPCに関する調査』 調査報告書  
販売価格 : 98,000円(消費税込)

## &lt;ブランド総合研究所の会社概要&gt;

企業ブランドおよび地域ブランドの調査とコンサルティングを行う専門企業。ブランド戦略の理解・普及活動、戦略立案、調査などを実施。有力企業560社を対象とした「環境ブランド調査」(日経BP社)の設計、分析等を担当するなど、環境面での調査に関しても積極的に行っています。

社名 : 株式会社ブランド総合研究所  
本社住所 : 東京都港区虎ノ門1-8-5  
代表者 : 田中章雄  
資本金 : 2,500万円  
設立 : 2005年11月