

販促会議4月号 マクロミルのランキングビュー vol.11

男性520人に聞きました 「最近購入したHDD搭載DVDレコーダーについて」

【調査結果レポート】

今回のテーマは『HDD搭載DVDレコーダー』。
半年以内に購入した男性に対して調査を実施しました。

調査概要

調査地域	: 全国
調査対象	: マクロミルモニタの男性 20才以上で半年以内にHDD搭載DVD レコーダーを購入した人
サンプル抽出法	: 年代別(20代、30代、40代)各々を均等に割 付
有効回答数	: 520サンプル ・男性20代 173ss ・男性30代 174ss ・男性40代 173ss
調査方法	: インターネットリサーチ
調査時期	: 2005年1月24日～27日
実施機関	: 株式会社マクロミル

目次

1.	調査結果 まとめ	・・・	1
2.	購入したHDD搭載DVDレコーダー	・・・	2
3.	HDD搭載DVDレコーダーのお気に入り機能	・・・	3
4.	HDD搭載DVDレコーダーの購入チャンネル	・・・	4
5.	商品を知るきっかけとなった情報源	・・・	5
6.	商品理解・比較に役立った情報源	・・・	6
7.	販売員に質問した内容	・・・	7
8.	最も参考にした情報源	・・・	8
9.	最も参考にした情報源 その理由	・・・	9
10.	参考にした情報源	・・・	10

調査結果まとめ

■ユーザーが選んだ上位人気機種は「パナソニック(DIGA)」「東芝(RD)」「ソニー(スゴ録)」

■家電量販店で購入した人は、販売員よりインターネット上の情報を高く評価

- ・ネット上の情報を選んだ人は「購入したユーザーから使用感が聞ける」「店によって売りたいものがあるので利害のない掲示板の方がよい」など”本音”を重視。
- ・一方、販売員を選んだ人は「質問に対して細かく教えてくれた」「売り場で複数の機種を一番触っているのだから」など、“親切さと知識”が理由にあげられた。

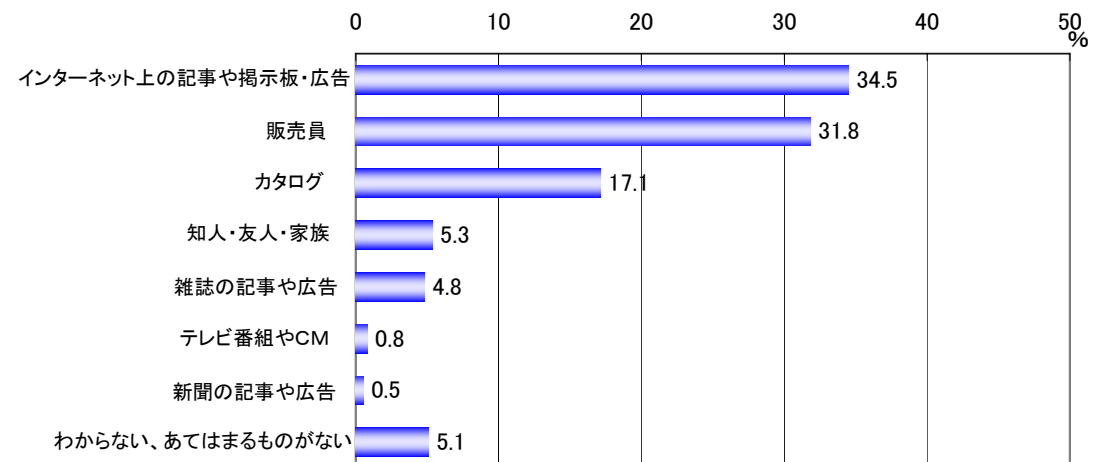
■人気のHDD搭載DVDレコーダー

(単数回答,N=570)

	商品名	%
1	パナソニック(DIGA)	24.6
2	東芝(RD)	20.8
3	ソニー(スゴ録)	18.7
4	パイオニア(DVR)	9.4
5	ソニー(PSX)	9.2
6	シャープ(DV)	4.8
6	ビクター(快録LUPIN)	4.8
8	三菱電機(楽レコ)	4.0
9	日立製作所(WOOD DV)	1.3
10	NEC(AX)	1.0
	その他	1.4

■最も参考にした情報源

(N=374、家電量販での購入者、単数回答)



<インターネット上の情報が決め手となった理由> (一部抜粋)

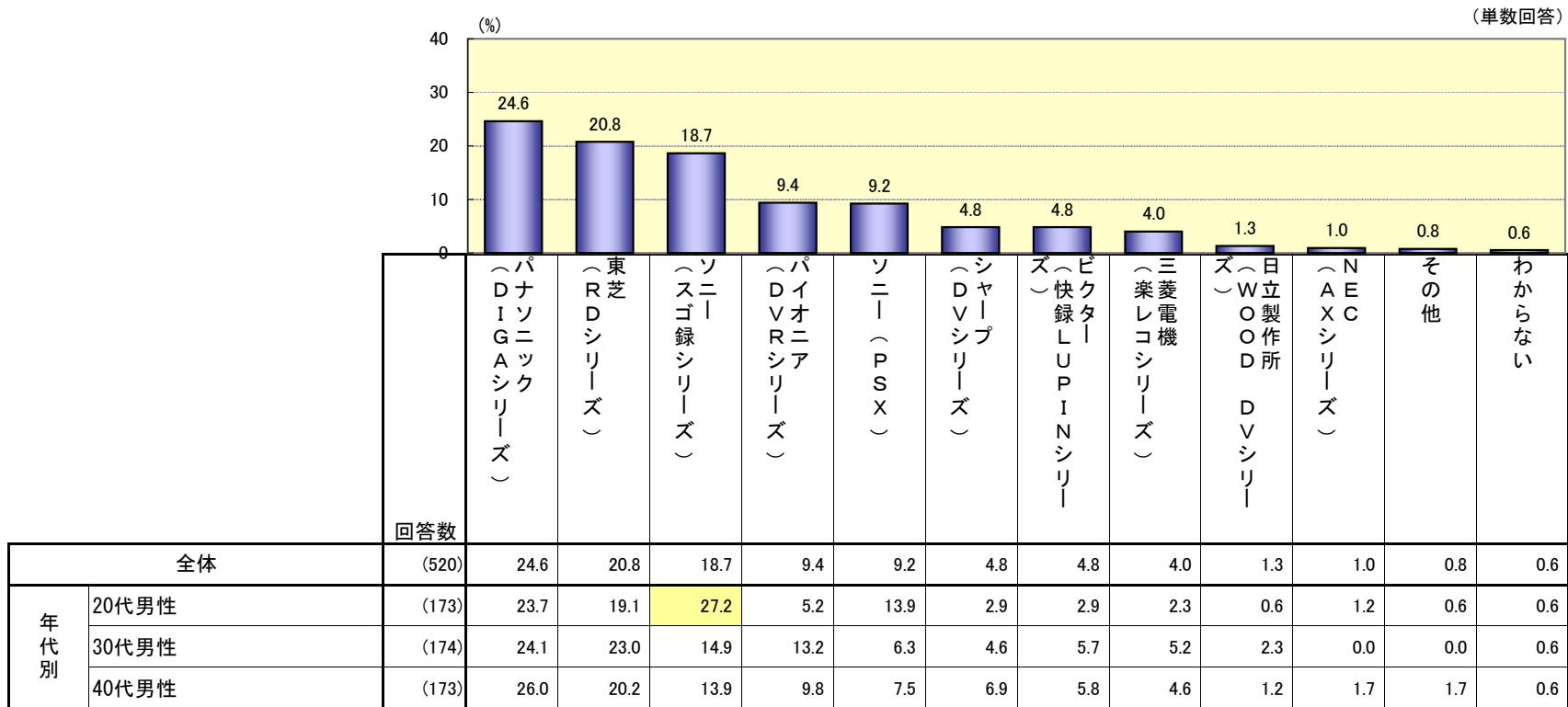
- ・使用感など購入したユーザーが書きこんだ内容が役立った。
- ・店によってアドバイス内容が異なる。多分売りたいものが違うのだろうと思い、利害のない書き込みを参考にした。
- ・偏った意見もあるが、良いことも悪いことも多く書いてある。

<販売員の情報が決め手となった理由> (一部抜粋)

- ・具体的な使い方まで説明してくれた。
- ・質問に対して細かく教えてくれた。
- ・売り場の複数の機種を実際に触っている人の意見が分かりやすかった。

購入したHDD搭載DVDレコーダー

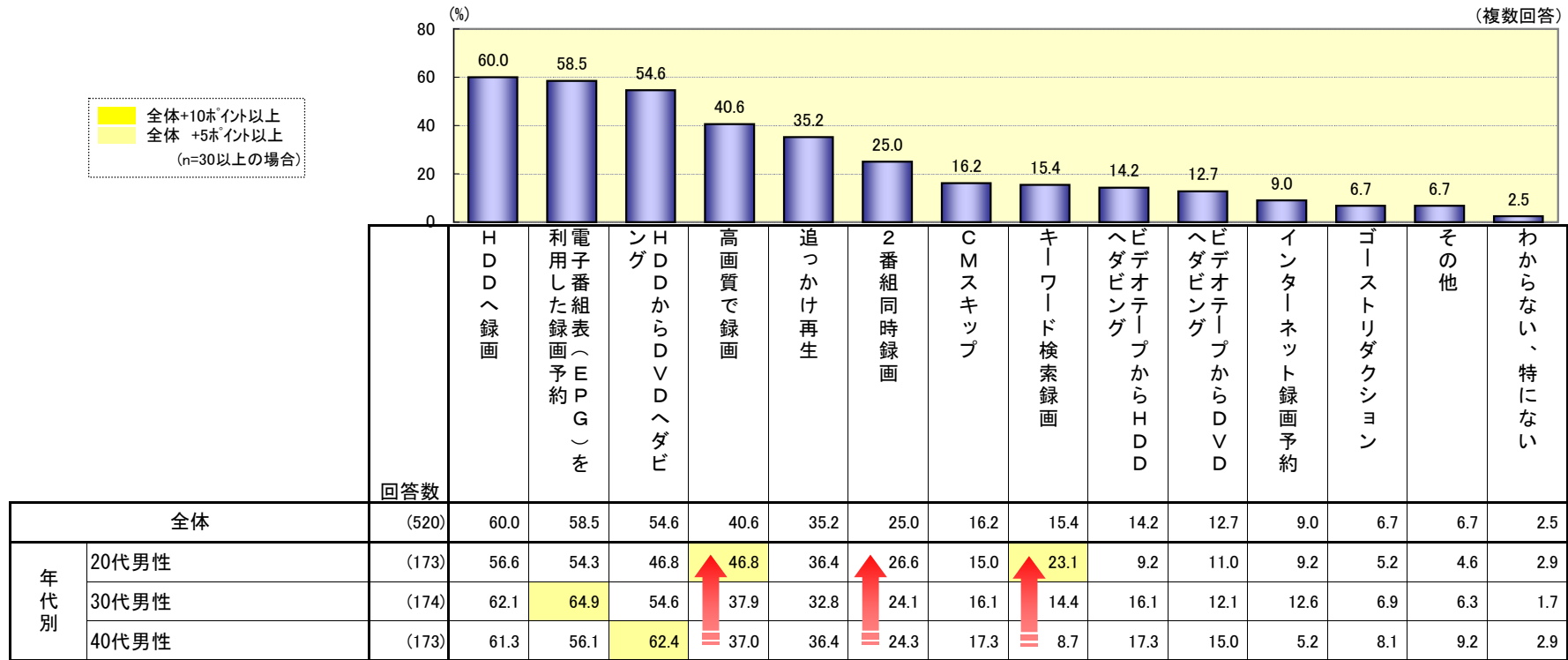
- ・「パナソニック(ディーガシリーズ)」がトップ。4人に1人が購入している。
次いで「東芝(RDシリーズ)」「ソニー(スゴ録シリーズ)」となった。
- ・年代別に見ると、20代では「ソニー(スゴ録シリーズ)」がトップとなっている。



HDD搭載DVDレコーダーのお気に入り機能

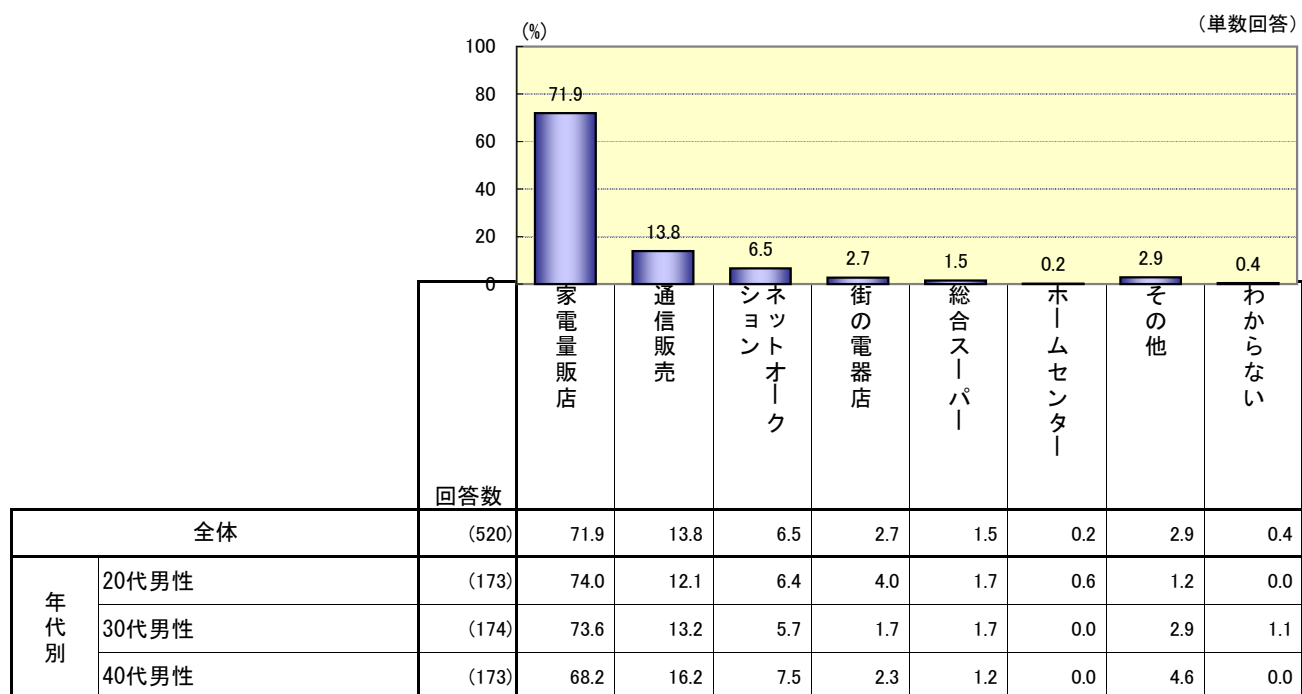
・お気に入りの機能は「HDDへ録画」「電子番組表」「HDDからDVDへダビング」。

・年代別では、「高画質で録画」「2番組同時録画」「キーワード検索録画」が若年層ほど高くなっており、若い世代ほど“きれいに”“色々な”情報を録画したい意向が伺える。



HDD搭載DVDレコーダーの購入チャンネル

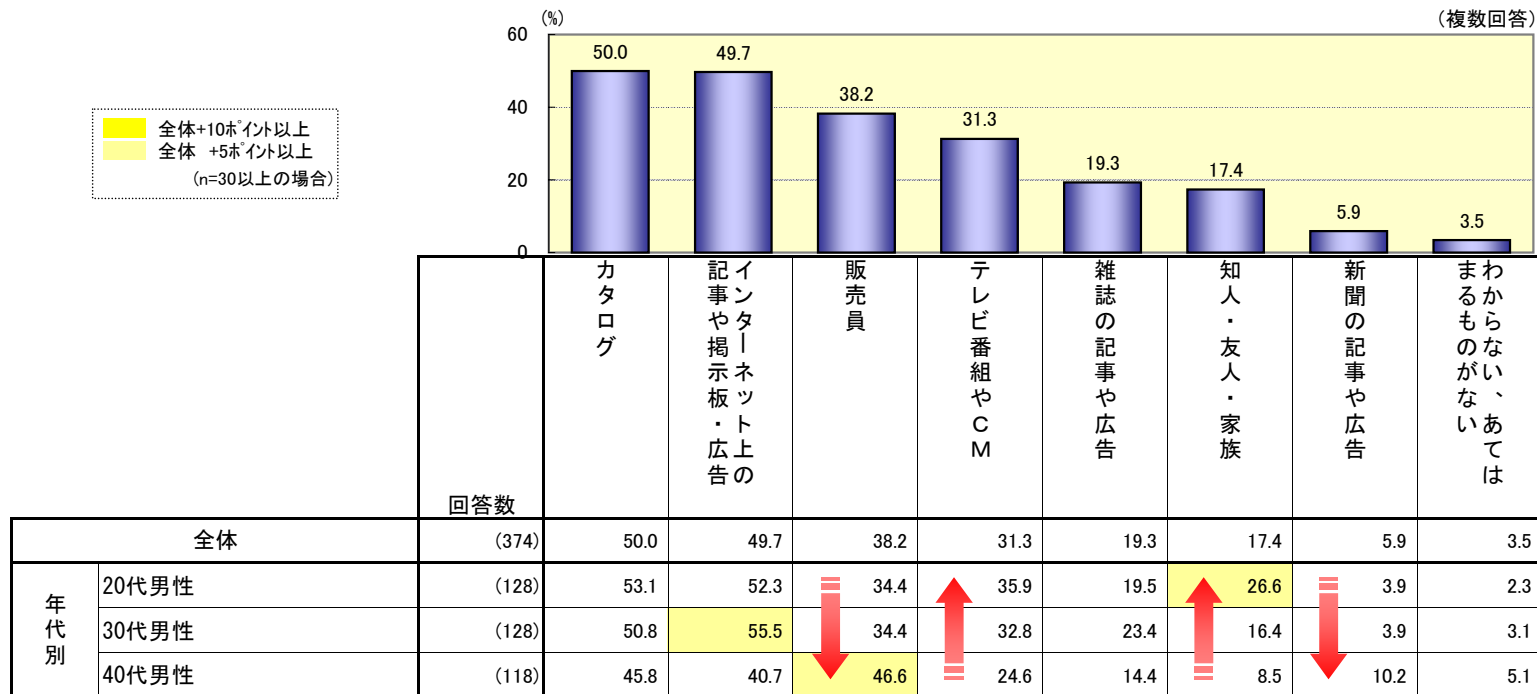
- ・「家電量販店」が7割強と、ダントツでトップ。
- ・以下「通信販売」「ネットオークション」と続く。



商品を知るきっかけとなった情報源

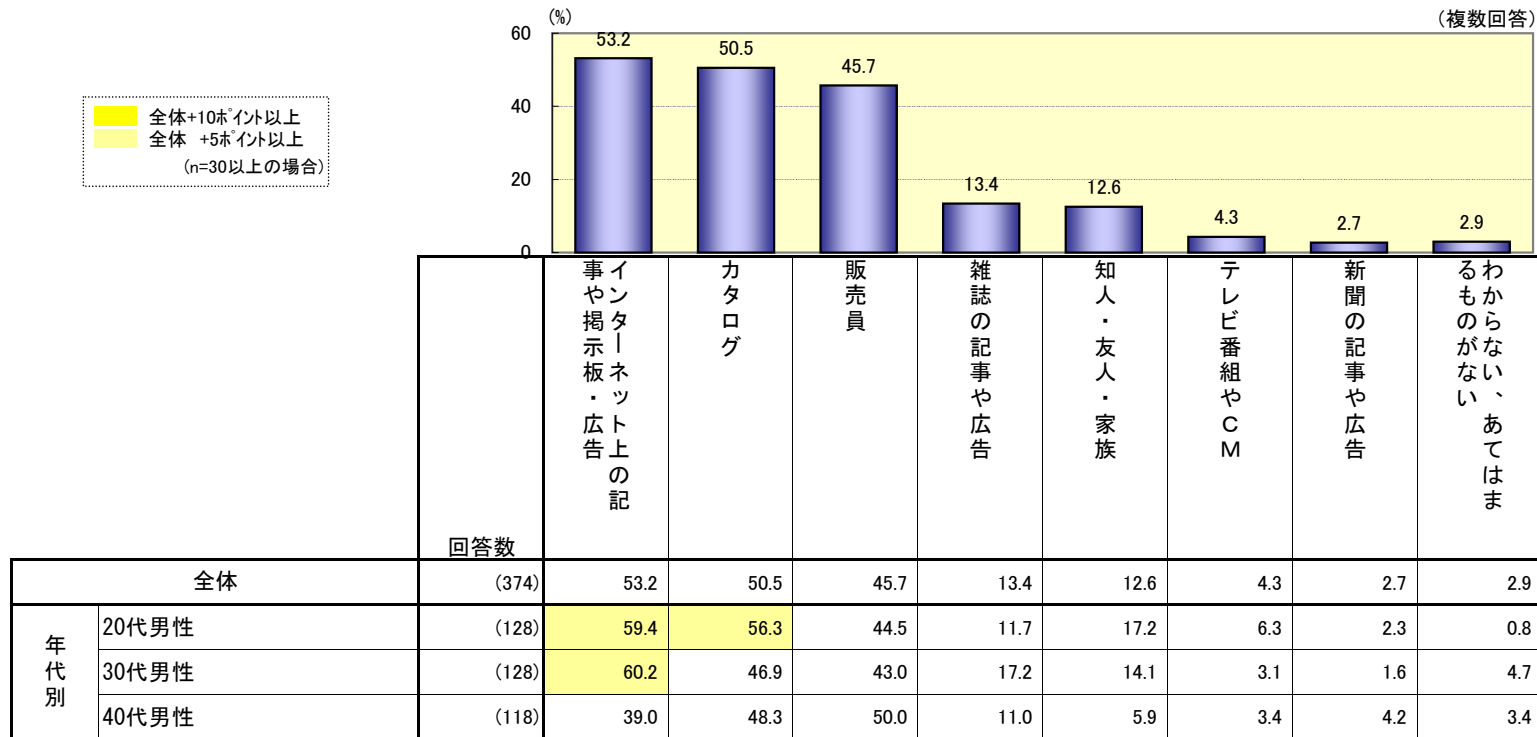
- ・「カタログ」「インターネット上の記事や掲示板・広告」が高い。
- ・「テレビ番組やCM」「知人・友人・家族」は、若年層ほど高い。
一方、年配層は「新聞の記事や広告」「販売員」が高い。

【家電量販店での購入者が回答】



- ・「インターネット上の記事や掲示板・広告」「カタログ」「販売員」が主な情報源。
- ・20代は「インターネット上の記事や掲示板・広告」「カタログ」を約6割が支持しており、じっくり“積極的”に情報収集を行っている様子が伺える。
- ・40代は「販売員」が高く、対人コミュニケーションを重視している。

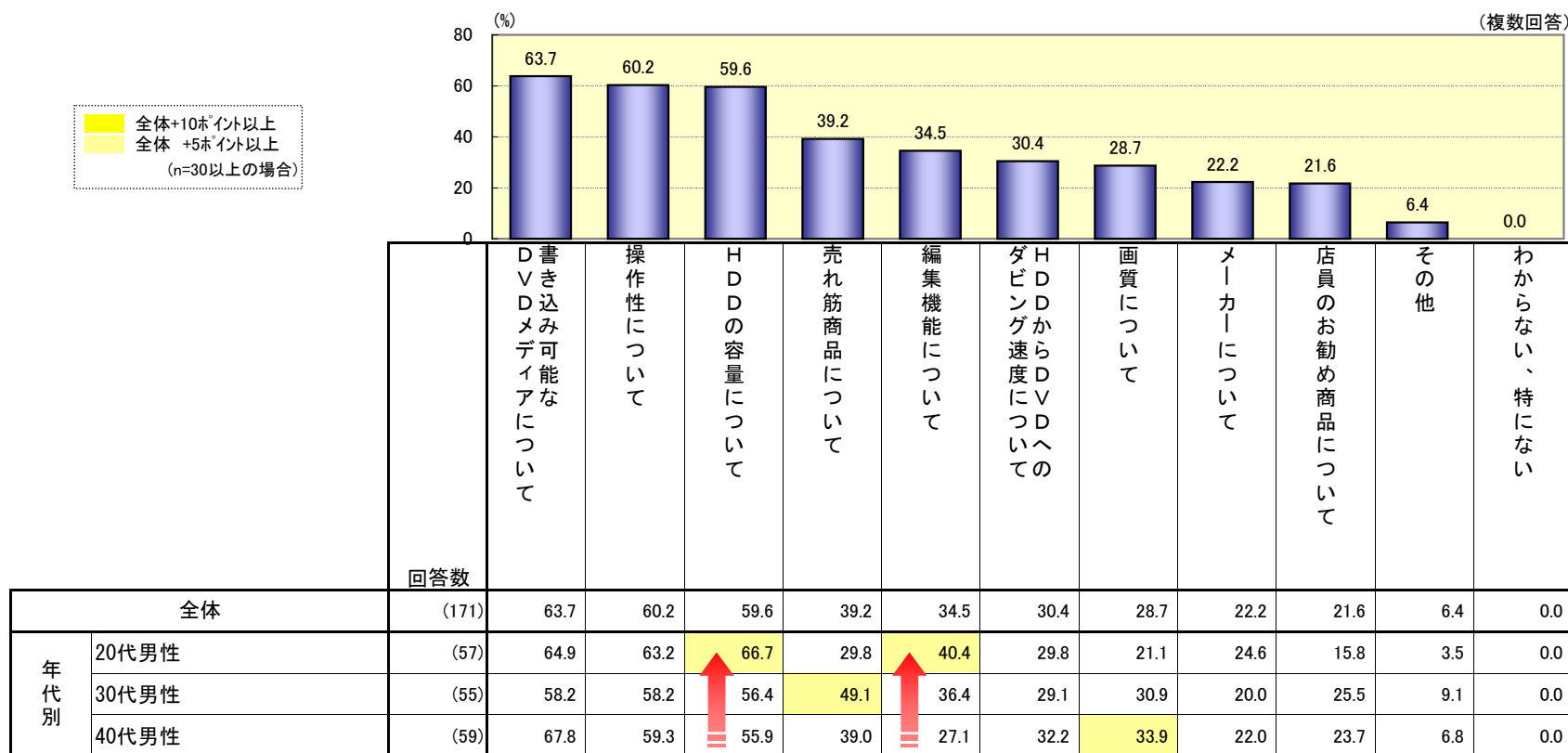
【家電量販店での購入者が回答】



販売員に質問した内容

- ・「書き込み可能なDVDメディアについて」「操作性について」「HDDの容量について」が高い。
- ・年齢が若くなるほど「HDDの容量について」や「編集機能について」が高い。若年層ほどHDD搭載DVDレコーダーを多く活用しようとしている様子が伺える。

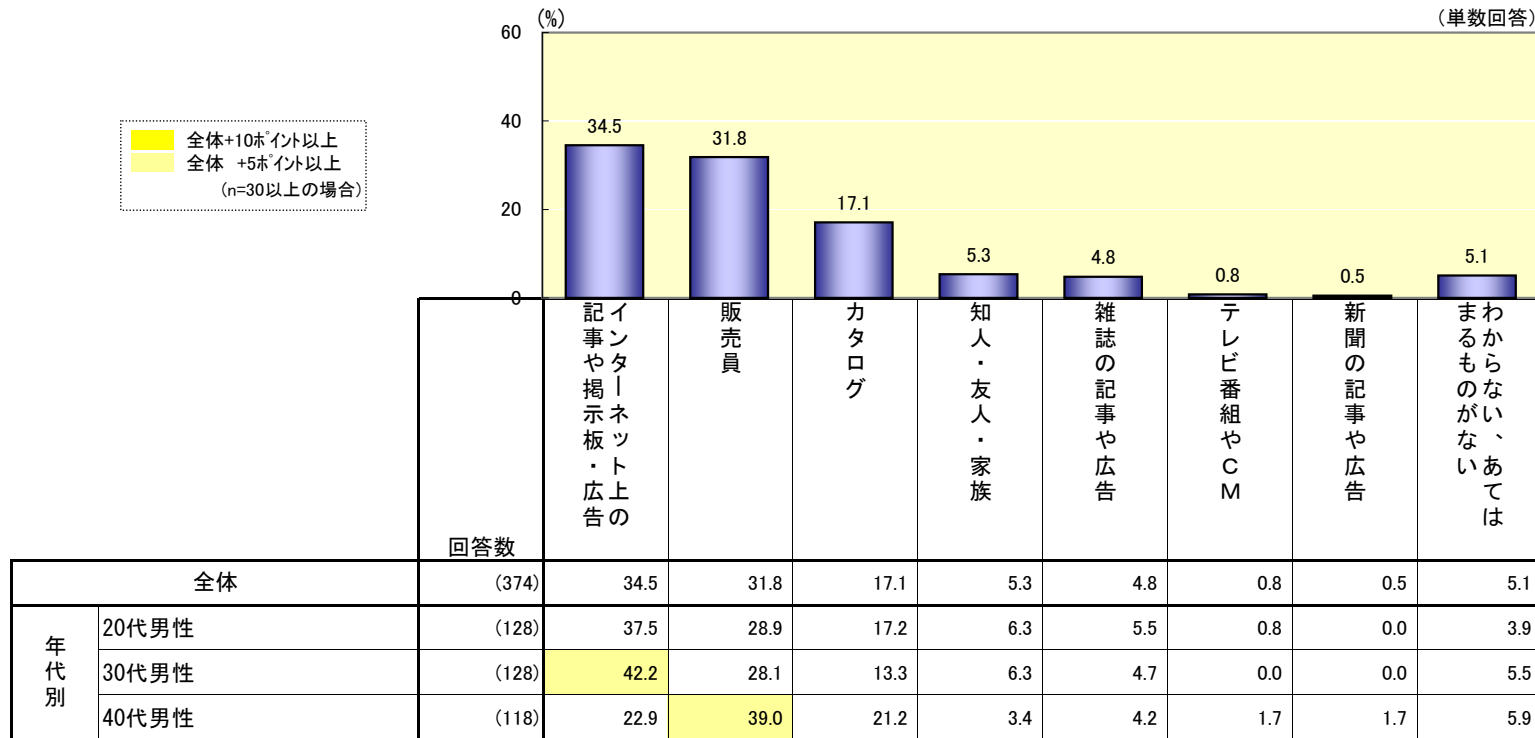
【家電量販店で購入、販売員が商品理解・比較に役立ったとする人が回答】



最も参考にした情報源

- ・「インターネット上の記事や掲示板・広告」がトップ。次いで「販売員」。
- ・年代別に見ると、40代は「販売員」が最も高く、「インターネット上の記事や掲示板・広告」が低めとなっている。
『きっかけになった情報』『理解・比較に役立った情報』同様、「販売員」の影響が大きい。

【家電量販店での購入者が回答】



最も参考にした情報源 その理由

- ・『インターネット上の記事や掲示板・広告』では、「実際に購入した人の意見が聞ける」「価格比較が容易」など、本音や金銭的な情報を重視する意見が目立った。
- ・『販売員』では、「分かりやすく、親切に説明してくれた」など、親切さや知識を重視。
- ・『カタログ』では、「他商品と比較しやすい」「詳しい事が分かる」との意見が聞かれた。
- ・『知人・友人・家族』では、『インターネット上の記事や掲示板・広告』同様、「実際に購入した人の意見」を重視。

【インターネット上の記事や掲示板・広告】

- ・実際に購入したユーザーの生の声が聞けます。不満点や、操作上のこと等、店員さんよりもシビアな意見が一番参考になりました。(男性 24才)
- ・情報が豊富で、時間をかけて精査すれば、信用の足る情報になるので。(男性 32才)
- ・今までも他のデジタル家電等を購入するにあたって機種選定に際し、ユーザーの使用感、感想などが書かれた掲示板がとても参考になった。特に実際に使用してみてわかる製品の不具合などはここでしか聞けない。(男性 36才)
- ・価格ドットコム生の情報が役に立った。(男性 34才)
- ・インターネット上で底値に近い状態であることを知り購入。特に2チャンネルでの情報がきっかけとなった(男性 45才)

【カタログ】

- ・他の商品と比較しやすい(男性 26才)
- ・手軽に手に入り比較しやすいので(男性 32才)
- ・各社のカタログを比較検討する事で用途に最も適した機種を選んだ。(男性 40才)
- ・データが数字になって詳しく載っているから(男性 28才)
- ・詳細が詳しく書いてあるので(男性 36才)

【販売員】

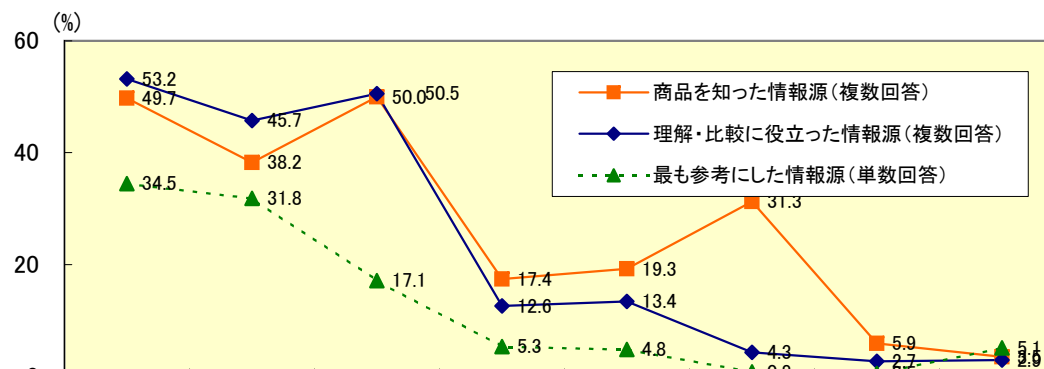
- ・丁寧と比較して教えてくれたので(男性 20才)
- ・様々な商品との比較やメーカーのことなどだけでなく、機能や具体的な使い方まで説明してくれたこと。やはり、間近で疑問点にすぐに答えてくれるのは非常に良かった。(男性 24才)
- ・聞きたいことをすべて答えてくれたから(男性 32才)
- ・必要以上に固定の商品を勧めるのではなく、色々な商品との比較、長所短所を説明してくれたから。(男性 43才)
- ・とりあえず商品については何も調べずに、とりあえず店に行ってみよう・ってことで行ったので、そのとき売り場にいた販売員の言葉(説明)でほぼ全てが決まったようなものでした。(男性 27才)

【知人・友人・家族】

- ・実際に使用してみたの感想を直に聞くことができたから。営利目的ではない意見であるから。(男性 25才)
- ・実際に使っている人に聞くと、その商品の良いところ、悪いところがわかるから(男性 26才)
- ・DVDレコーダーを購入するのは初めてだったので、すでに購入している人から具体的なアドバイスをもらえたから。(男性 33才)
- ・知人が購入し使いやすかったとの評価を聞き、操作など知人に聞けばマニュアルはいらないと思った。(男性 45才)

- ・商品を知ったきっかけは、「カタログ」「インターネット上の記事や掲示板・広告」「テレビ番組やCM」が主な情報源。
- ・理解・比較段階では「インターネット上の記事や掲示板・広告」「カタログ」「販売員」が役立っている。
- ・最も参考にした情報源は「インターネット上の記事や掲示板・広告」が最も高く、「販売員」が続いた。家電量販店で購入しても、ネット上の情報は販売員より重要視されている。

【家電量販店での購入者が回答】



	回答数	インターネット上の記事や掲示板・広告	販売員	カタログ	知人・友人・家族	雑誌の記事や広告	テレビ番組やCM	新聞の記事や広告	わからない、あてはまらない
商品を知った情報源	(374)	49.7	38.2	50.0	17.4	19.3	31.3	5.9	3.5
理解・比較に役立った情報源	(374)	53.2	45.7	50.5	12.6	13.4	4.3	2.7	2.9
最も参考にした情報源	(374)	34.5	31.8	17.1	5.3	4.8	0.8	0.5	5.1