

第37回価格.comリサーチ『Windows 7 購入状況調査』結果**Windows 7、発売後2ヶ月で3割が導入、約75%が「満足」と回答****5人に1人はWindows 7搭載パソコンを購入****買い替え需要喚起に貢献しつつも、メーカー人気は明暗くっきり****～「半年以内に購入予定」が半数以上、盛り上がりは一段落も、購入意欲は依然高い～**

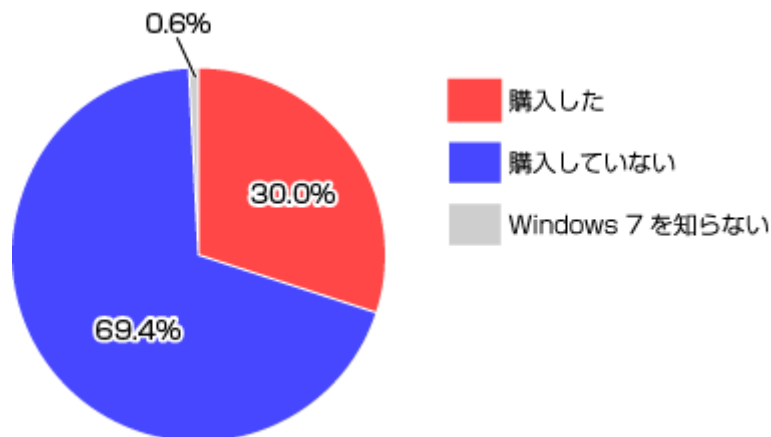
株式会社カクコムが運営する購買支援サイト「価格.com (<http://kakaku.com/>)」が実施したユーザーへの意識調査「価格.comリサーチ」より、第37回調査『Windows 7 購入状況調査』から、結果を一部抜粋の上、ご案内します。昨年10月に発売された新OS「Windows 7」。発売を待って各メーカーが年末商戦向けモデルを発売したことで、2009年末のパソコン市場は久々に活気が戻り、一部の予想を裏切りパソコン市場に影響を与えた形となりました。そこで、実際に消費者はWindows 7をどのようにとらえ、どのような購買行動をとったのか調査を行ない、昨年9月に行った『Windows 7 購入直前の意識調査結果 (<http://kakaku.com/research/backnumber034.html>)』とも比較をしています。

詳細結果：<http://kakaku.com/research/backnumber037.html>

「Windows 7を購入した」:全体の3割、Vistaユーザーの約4割は購入済

2009年10月に発売された「Windows 7」だが、発売から2か月が経過した時点での導入率はちょうど3割。これを多いと見るか少ないと見るかは難しいが、2009年9月に実施したWindows 7発売直前の調査では、「発売から半年以内に購入する」と回答した人の割合が21.2%だったことを考えると、予想以上に導入はスムーズに進んでいると見ていいのではないだろうか。

なお、Windows 7以前に使用していたOS別に見ると、Windows Vistaからのバージョンアップの割合が、Windows XPからよりも多い結果になっている。発売直前の調査でも、Windows VistaユーザーのほうがWindows 7への移行希望が高く、それが裏付けられた形だ。

【図1. あなたはWindows 7を購入されましたか？】

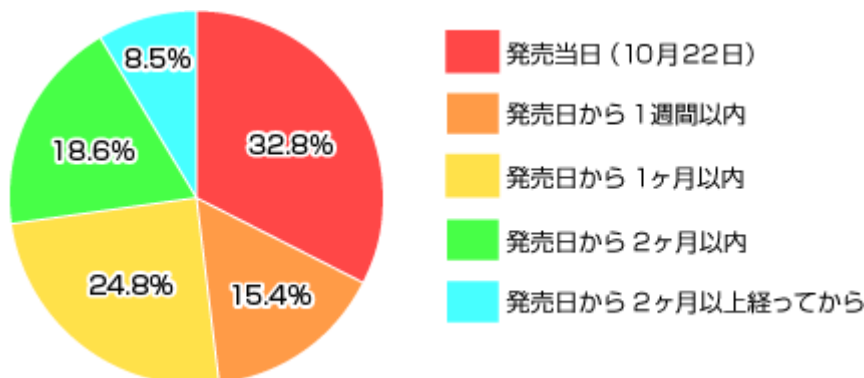
■以前に使用していたOS別の、Windows 7購入状況

グラフは右記URLにてご確認ください <http://kakaku.com/research/backnumber037.html>

購入時期：全体の3分の1が発売当日、半数以上が発売後1ヶ月以内

購入した時期でもっとも多かったのは「発売当日」で、全体の3分の1となった。なお、ここには、Windows 7への無料アップグレード権付きのパソコンを購入していたユーザーも多く含まれると考えられる。次に多いのは、「発売から1か月以内」で24.8%、次いで「発売から2か月以内」が18.6%、「発売から1週間以内」が15.4%と続く。半数以上のユーザーが、発売から1か月以内にWindows 7への移行を完了しており、Windows 7への期待度は高かったことがうかがわれる。

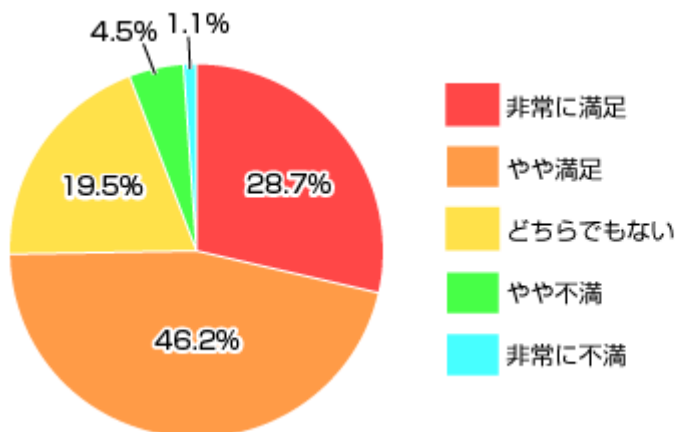
【図2. 発売からどのくらいで購入されましたか？】



満足度：「Windows 7に満足している」約75%、Vista・XPユーザー共に高い結果

満足度に関して、全体としては非常に良好な結果となっており、「非常に満足」が28.7%、「やや満足」が46.2%で、この2つを合わせると、全体の4分の3にも達する。逆に「やや不満」「非常に不満」と答えたユーザーはわずか5.6%で、全体としてみれば、Windows 7の満足度はかなり高いと見ていいだろう。なお、この傾向は以前に使っていたOSを問わず変わらない。Windows Vista、Windows XPからの乗り換えユーザー両方が、Windows 7の機能・性能に満足しているようだ。

【図3. Windows 7についての感想をお選びください】



■Windows 7を購入した方の満足度（以前使っていたOS別の結果）

グラフは右記URLにてご確認ください <http://kakaku.com/research/backnumber037.html>

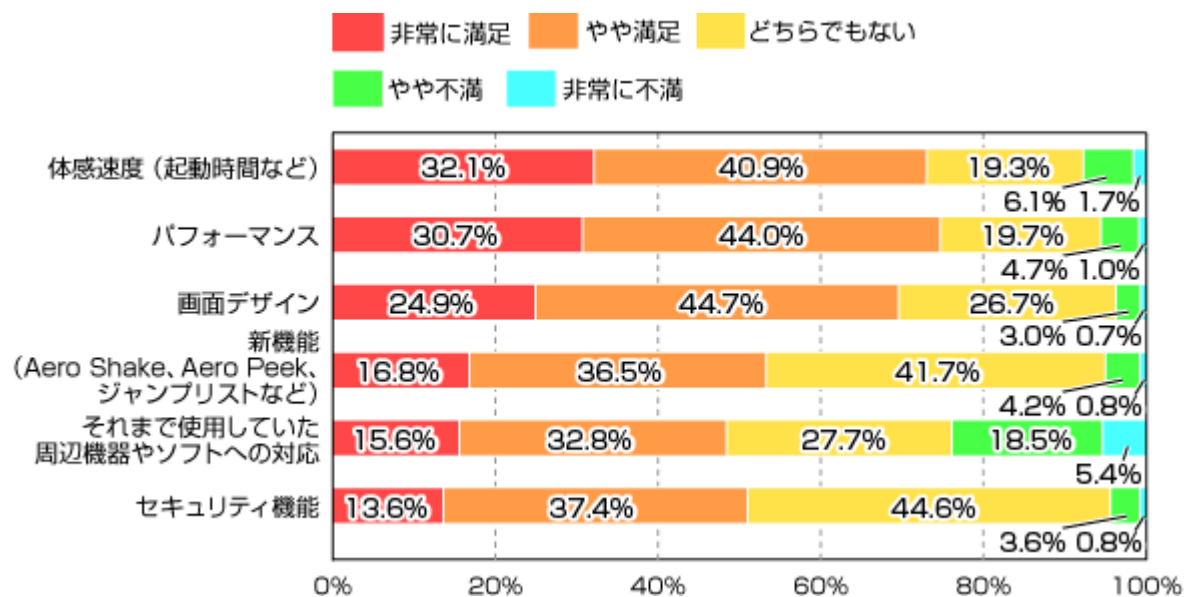
機能別満足度：1位はパフォーマンス（74.7%）、次いで体感速度（73.9%）

機能別の満足度で、やはり高かった項目は「パフォーマンス」と「体感速度」。この2点については、「非常に満足」が3割以上、「やや満足」が4割以上で、合計7割以上という高い割合のユーザーが満足と回答した。発売直前の調査でも、Windows 7を導入する目的の1位は「パフォーマンス面での向上」だったが、多くのユーザーにとっては、Windows 7を導入した目的はほぼ達せられたと言っている結果だ。

また、パフォーマンス面に次いで満足度が高かったのが「画面デザイン」だ。Windows 7の画面デザインについては、Windows Vistaからそれほど大きくは変わっていないが、デスクトップ回りのデザインがよりシンプルになり、「Windows サイドバー」などの設置場所も更に自由度が増した。このようなシンプル化の方向性については、多くのユーザーが納得しているようだ。

逆に満足度が低いのが、「セキュリティ機能」や「ソフトや周辺機器の互換性」である。セキュリティ機能に関しては、「どちらでもない」という回答が多いことから、実際の利用度が低いか、その効果を実感しづらいことも考えられる。一方、「ソフトや周辺機器の互換性」については、明確に「不満」と回答しているユーザーが2割近くおり、ダントツに高い数字である。この傾向は特にWindows XPからの乗り換えユーザーに顕著で、「Vista→7」への移行よりも、「XP→7」の移行のほうが、ソフトや周辺機器の互換性問題がシビアであったことがうかがわれる。

【図 4. Windows 7 を購入した方の、機能別満足度】



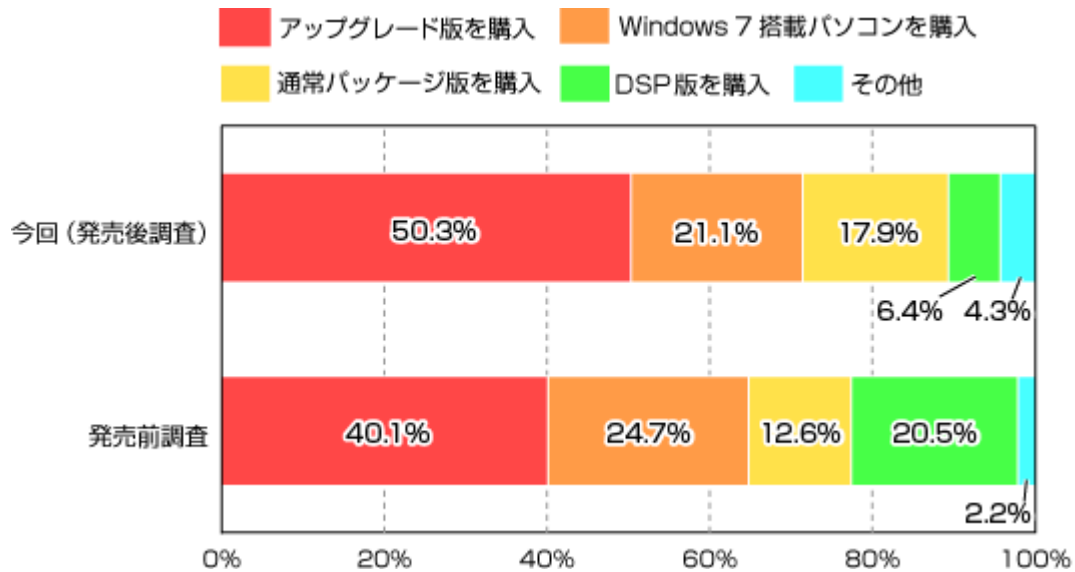
■機能に関する満足度（以前使っていた OS 別の結果）

グラフは右記URLにてご確認いただけます <http://kakaku.com/research/backnumber037.html>

購入方法：半数がアップグレード版、5人に1人がWindows 7搭載パソコンを購入

購入方法でもっとも多かった回答は「アップグレード版の購入」で、全体の約半数である50.3%となった。発売直前の調査では40.1%だったので、約10ポイントも増加したことになる。次いで多かったのは「Windows 7搭載パソコンの購入」で、こちらは21.1%。発売直前の調査からは若干ポイントを落としたが、5人に1人は新規にパソコンを購入していることから、Windows 7搭載パソコンを、この冬に購入した人が予想以上に多かったことを裏付けている。なお、「通常パッケージ版を購入」という割合も発売直前の調査から17.9%に増加しており、Windows XPユーザーが新規にパソコンを購入せず、パッケージ版を購入してアップグレードするケースも比較的多い様子がうかがえる。

【図 5. どういった形式で Window 7 を購入しましたか？】



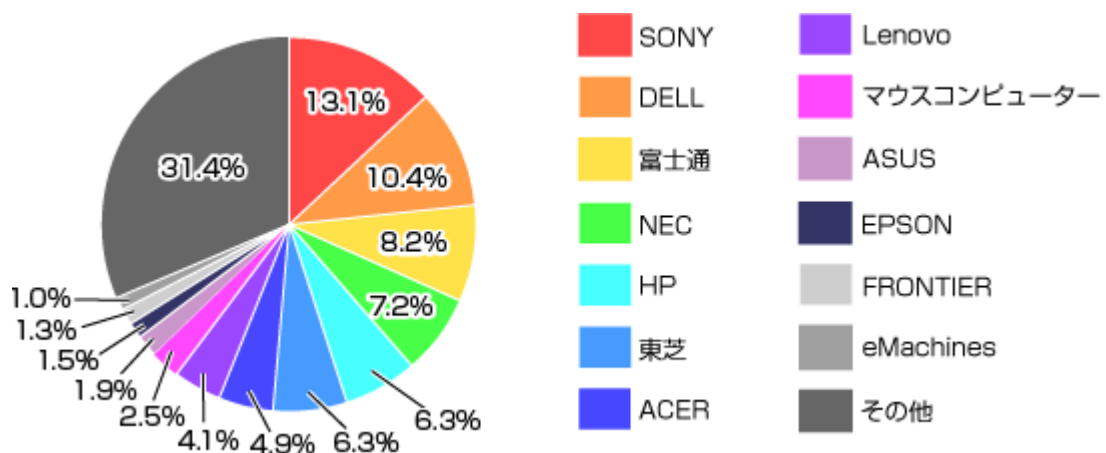
Windows 7 搭載パソコンのメーカーシェア：1 位は、唯一目新しいモデルを発表した SONY（13.4%）、ノートパソコンのみでは 21.4% を占める

Windows 7 搭載パソコンに関して、購入したメーカーでもっとも多かったのは、「SONY」で 13.1%、次いで「DELL」が 10.4%。以下、富士通、NEC、HP、東芝、ACER、Lenovo と続く。全体的に見た場合に、SONY の強さが際立つ結果となった。

デスクトップパソコンとノートパソコンとで別々に見た場合、デスクトップパソコンでは DELL がトップで 13.2%、次いで SONY と HP が同率の 7.1% で 2 位という結果になった。逆にノートパソコンでは、SONY が 21.4% と圧勝で 1 人勝ちの様相を呈し、以下、東芝、富士通などナショナルメーカーが続く形となった。なお、デスクトップパソコンでは「その他」が 44.2% を占めるが、ここにはショップブランド系のパソコンや、自作パソコンが多く含まれる。

デスクトップ、ノートとも、SONY が非常に強い人気を示したが、これには大きな理由があるだろう。Windows 7 発売直後に登場した各メーカーの新モデルのうち、ラインアップを刷新し、全く新しいシリーズを登場させたのは、SONY 1 社のみだったのだ。それ以外のメーカーは、従来の Windows Vista 搭載品とほとんど変わらないデザインの製品に Windows 7 を載せて登場させただけという印象が強く、Windows 7 の登場に合わせパソコン買い替えを考えていたユーザーの期待を裏切る形となった。当然、ユーザーの注目は目新しいモデルを唯一発売した SONY に向かい、結果として VAIO シリーズはこの冬好調な売れ行きを示したことになる。

【図 6. 購入された Window 7 搭載パソコンのメーカーをお選びください】

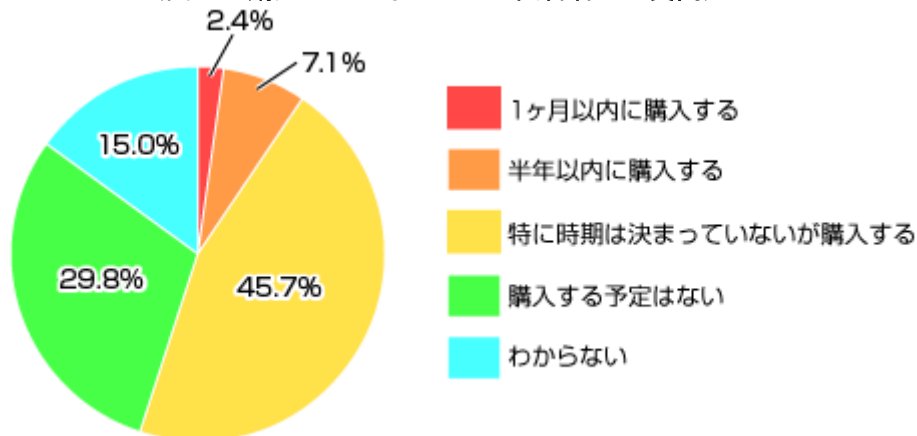


■購入された Window 7 搭載パソコンのメーカーをお選びください（パソコンのタイプ別結果）
 グラフは右記URLにてご確認ください <http://kakaku.com/research/backnumber037.html>

今後の購入予定：半数以上が「半年以内に購入する」 発売直後の盛り上がりはひと段落するも、購入意欲は引き続き高い

今後の購入予定では、半数以上が「購入予定あり」と回答し、10%近くの人が「半年以内に購入する」と答えた。Windows 7 発売直後のパソコン商戦はひと段落したが、Windows 7 をきっかけにパソコンを買い換えようと考えている人の数はまだ多く、購入意欲は引き続き高いと見ていだろう。なお、「Windows 7 を購入する予定はない」と回答した人は、全体の3割程度にのぼった。

【図 7. 今後 Window 7 を購入する予定はありますか？】
 （図 1 で購入していないとした回答者への質問）

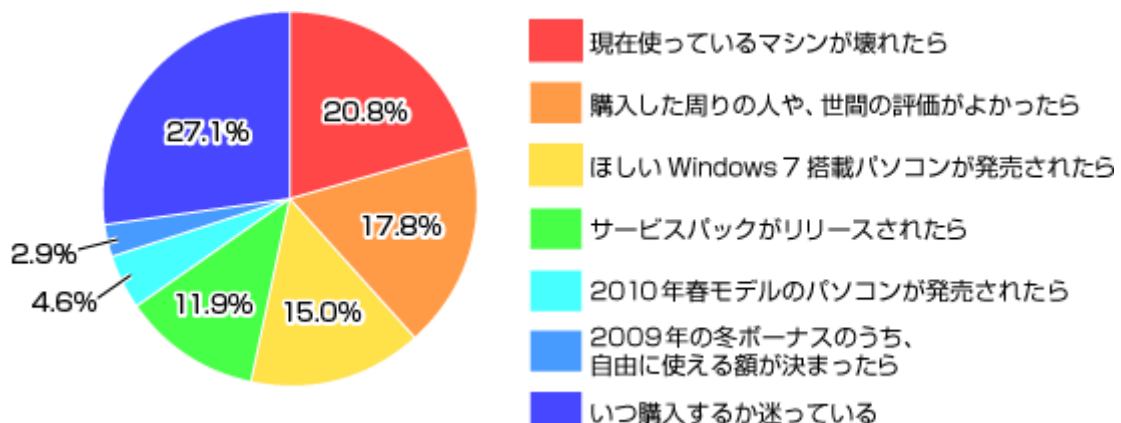


今後購入するタイミング：1位「いつ購入しようか迷っている」（27.1%）

Windows 7 を購入していない回答者に対し、購入する場合にきっかけとなる項目を聞いたところ、もっとも多かったのは「いつ購入しようか迷っている」で 27.1%。次いで「現在使っているマシンが壊れたら」(20.8%)、「世間の評判がよかったら」(17.8%)、「欲しい搭載パソコンが発売されたら」(15.0%)となっており、あまり積極的な購入は考えていない様子が見える。

こうした傾向から浮かび上がってくるのは、「現状、パソコンでそれほど困っているようなことはなく、Windows 7 を導入しなくてはならない大きい理由が見あたらない」という消費者側の意識だろう。また、「世間の評判がよかったら」(17.8%)、「サービスパックがリリースされたら」(11.9%)のように、初期の不具合や使い勝手の悪さを懸念するような意見もあり、「ある程度評判が落ち着くまで様子見」というようなユーザーも多そうだ。このほか、「欲しい搭載パソコンが発売されたら」(15.0%)というような意見も多く、この年末商戦で、欲しいと思うようなパソコンが登場しなかったことも、ある程度影響していると思われる。

【図 8. Windows 7 を今後購入する予定がある方にお聞きします。
 どのようなきっかけで Window 7 を購入しますか？】



【調査パネルについて】

調査エリア：全国
調査対象：価格.comID 登録ユーザー
調査方法：価格.com サイトでの Web アンケート調査
回答者数：7,869 人
男女比率：男 90.6%：女 9.4%
調査期間：2009 年 12 月 22 日～2009 年 12 月 28 日
調査実施機関：株式会社カカクコム

■総評（抜粋） 鎌田剛 カカクコム メディアクリエイティブ部 部長

～一部抜粋～

Windows 7 の購入状況に関しては、全体の 3 割が Windows 7 を導入済と回答した。発売から約 2 か月が経過した新 OS としては、比較的高い普及率である。発売直前の調査では「発売から半年以内に購入する」と回答した人の割合は 21.2%でしかなかったことを考えると、予想以上に Windows 7 は人気となった感が強い。

購入方法では、「アップグレードパッケージで購入した」という割合が約半数となった。これも Windows Vista ユーザーからのアップグレードが多かったことを物語る結果だ。また、5 人に 1 人は Windows 7 搭載パソコンを、この冬の商戦期に購入した結果となった。こうしたパソコンの新規購入ユーザーは、特に、上書きアップグレード対象外の Windows XP のユーザーに多いものと思われ、パソコンの買い換え需要の喚起にはひと役買ったと見てよさそうだ。パソコンの種別で見ると、デスクトップパソコンで Windows 7 搭載パソコンを購入した割合が高いが、デスクトップパソコンの買い換えサイクルと、Windows 7 の発表がちょうどマッチしたことが大きな理由となったようだ。実際、価格.com の昨年末のアクセス数を見ても、デスクトップパソコンカテゴリのユーザー数の伸び率はノートパソコンを上回っており、Windows 7 搭載パソコンの販売第一ステージは、デスクトップパソコンを中心に盛り上がったと言えそうだ。

ただし、メーカー別の内訳を見ると、国内勢では VAIO シリーズを販売する SONY だけが人気で、そのほかの国内メーカーはおおむね低いシェアにとどまった。この大きな理由としては、SONY 以外の国内メーカーが、Windows 7 の発売に合わせてユーザーが求めるような目新しいパソコンの新シリーズを発売しなかったことが考えられる。ユーザー側からすれば、Windows 7 が発売されたタイミングでパソコンを買い換えようという購買意欲がそこそこ高かったのに、そのタイミングで魅力のあるパソコン製品を市場に投入できなかったのは、SONY 以外の国内メーカーの大きな失敗と言うべきであろう。逆に、SONY はこのタイミングで魅力あるいくつかの新シリーズを発表したことで、この年末商戦ではその存在感を大きくアピールでき、明暗がはっきり分かれた形となった。

※詳細結果、総評全文および過去のリサーチアーカイブは以下 URL をご参照ください

<http://kakaku.com/research/>

【価格.com データ】(2009 年 12 月末現在)

月間利用者約 2,293 万人、月間ページビュー約 8 億 5,010 万 PV、累計クチコミ件数約 1,000 万件