

## 40%がカスタム購入のパソコンを選択、ゲーミングマウスなど周辺機器の所有も増加 —ゲーミングパソコン ユーザー調査—

GfK Japan（東京：中野区）は、ゲーミングパソコンを所有するユーザーを対象に購入や使用実態に関するインターネット調査※を実施し、その結果の一部を発表した。

### 【概要】

- ・ゲーミングパソコンの入手方法は「カスタムして購入（BTO）」が4割と最も多かった。
- ・ユーザーの半数近くがゲーミングマウス、モニター、キーボードなどの周辺機器を所有している。
- ・ゲーミングパソコンやパーツに関する情報を得る場所として、YouTubeの利用が4年前から大幅に増加した。

### 【カスタム購入のBTOゲーミングパソコンが4割と多く、購入価格も高めの傾向】

1年以内にゲーミングパソコンでSteamなどダウンロードするタイプのゲームで遊んだユーザーに対して、所有しているパソコンの入手方法を聞いたところ、「既製品の購入」が27%、「カスタムして購入（BTO）」が40%、「パーツからの組み上げ」が25%となった（図1）。

購入価格（パーツから組み上げた場合はその総額）と予算との比較では、ユーザー全体の75%が予算並みで購入しているものの、BTOのゲーミングパソコンやパーツからの組み上げは、予算より上での購入になった割合が全体より高かった（図2）。求めるスペックを実現するためパーツをカスタマイズしている分、高額になったとみられる。特にBTOパソコンは購入価格が高く、20万円以上での購入が半数を占めた。

図1. ゲーミングパソコンの入手方法

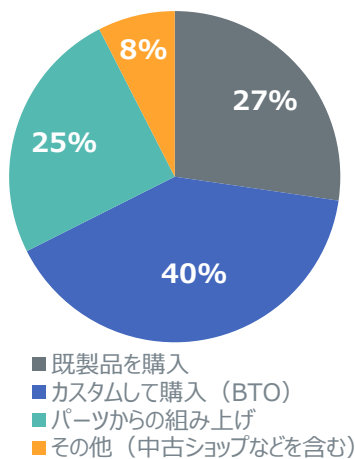
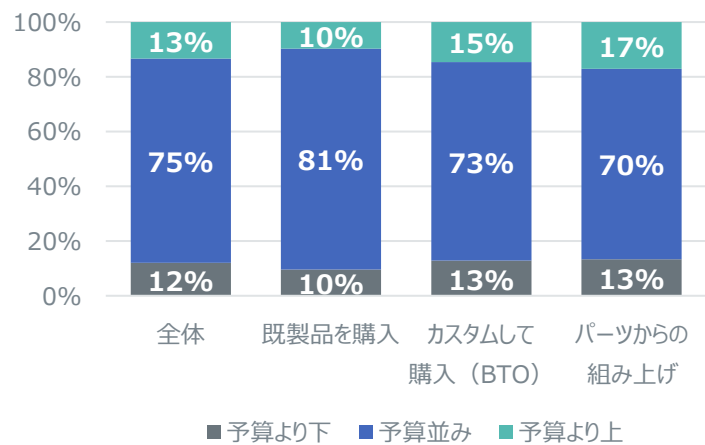


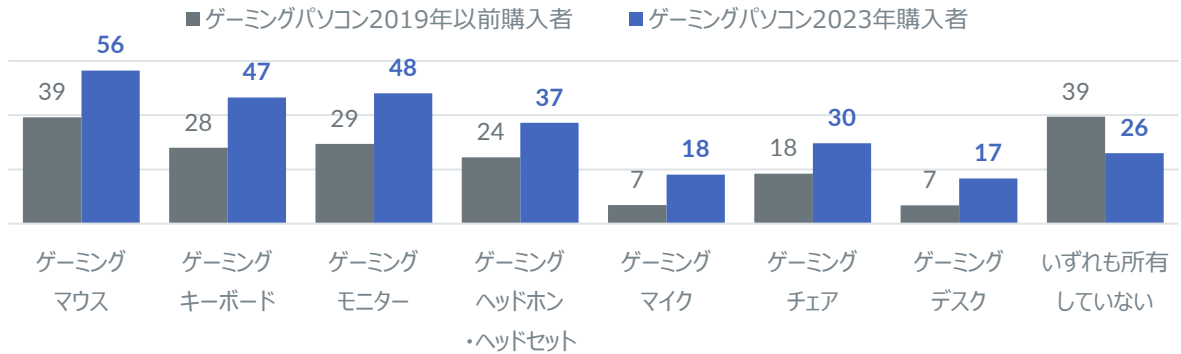
図2. 購入価格と予算との比較



### 【半数がゲーミングマウスを所有、直近のパソコン購入者ほど周辺機器を買い揃える傾向にある】

ゲーミングパソコンの周辺機器の所有状況では、「ゲーミングマウス」が最も所有率が高く、過半数のユーザーが持っていることが分かった（図3）。次いで「ゲーミングモニター」「ゲーミングキーボード」も多く、半数近くのユーザーが所有している状態となっている。また、2023年にゲーミングパソコンを購入したユーザーと2019年以前に購入したユーザーを比較すると、いずれの周辺機器においても2023年購入者のほうが10%ポイント以上所有率が高かった。直近の購入者は周辺機器も含めて快適にゲームを楽しむ環境を整える傾向にあると言える。

図3. 周辺機器の所有状況 (%)

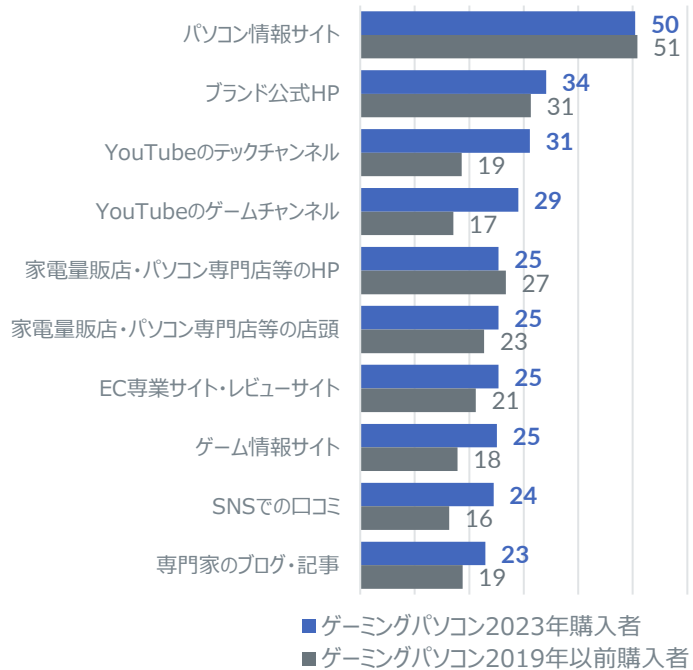


【従来の専門情報サイトやブランドHPに加え、YouTubeの専門チャンネルも情報源に】

2023年の購入者において、普段ゲーミングパソコンやパーツに関する情報を得る場所として最も多かったのは「パソコン情報サイト (50%)」、次いで「ブランド公式ホームページ (34%)」であった (図4)。これらは2019年以前の購入者の結果と比較して大きな変動はなかったが、3番目、4番目に回答が多かった「YouTubeのテックチャンネル/ゲームチャンネル」は、2019年以前の結果から10%ポイント以上増加した。「SNSでの口コミ」も同8%ポイント増加しており、従来の専門情報サイトやブランドHPだけではなく、YouTubeなどの動画共有サービスやSNSといった多くの情報源を活用し情報を得ている様子がうかがえる。

TOP10以下の中では、特に「プロゲーマーの紹介・利用・協賛など」の回答率が大幅に上昇した (2019年以前購入者5%→2023年購入者16%)。この1年の間に「オンラインゲーム大会を観戦した」ユーザーは2割に上っており、ゲームの大会やイベント、eスポーツの世界大会などもユーザーにとっての重要な情報源になっていると言えるだろう。

図4.ゲーミングパソコンやパーツに関する情報源 (2023年購入者の回答TOP10; %)



※「ゲーミングPCユーザー調査」概要

- 調査期間：2023年11月22日～11月27日
- 調査対象：ゲーミングパソコンを購入、あるいはパーツからの組み上げを行い、かつ
  - ①1年以内にパソコンでゲーム（プリインストールゲーム、ブラウザゲームを除く）をしたユーザー 1,860名
  - ②デザインや動画編集などゲーム用途以外を主目的としているユーザー 245名
- 調査方法：インターネット調査
- 回答者属性：性、年代、居住都道府県、他
- 調査内容：ゲーミングPCのブランド、主要スペック、購入価格、タッチポイント、重視点、購入店舗、ゲーミング用周辺機器の所有状況、よく遊ぶゲームの種類、ゲーム時間、大会への参加状況、他