

GMO RESEARCH

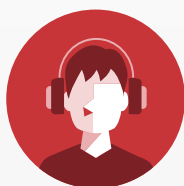
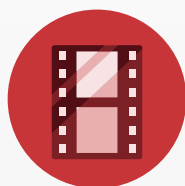


RE·A·SON

Research & Consulting

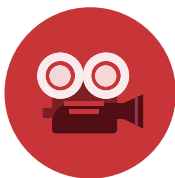
エンタテインメントと デジタル機器に関する調査

〈2014.12〉



CONTENTS

目次



CHAPTER 01	調査概要	P.2
CHAPTER 02	最近1年以内に行ったこと／各活動頻度の増減 ・TV番組 ・映画 ・音楽 ・ゲーム ・本・雑誌	P.3
CHAPTER 03	普段使用している機器／購入した・購入したい機器	P.8
CHAPTER 04	生活において重要なこと・もの／支払金額	P.9
CHAPTER 05	スマホ・タブレットを利用して増減したこと・もの	P.10



調査概要

調査目的
調査方法
調査対象
調査時期
有効回収
サンプル

日本における各世代のエンタテインメントならびにデジタル機器の利用実態を把握する。

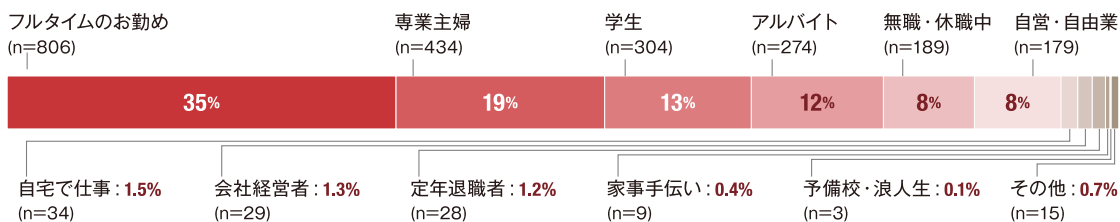
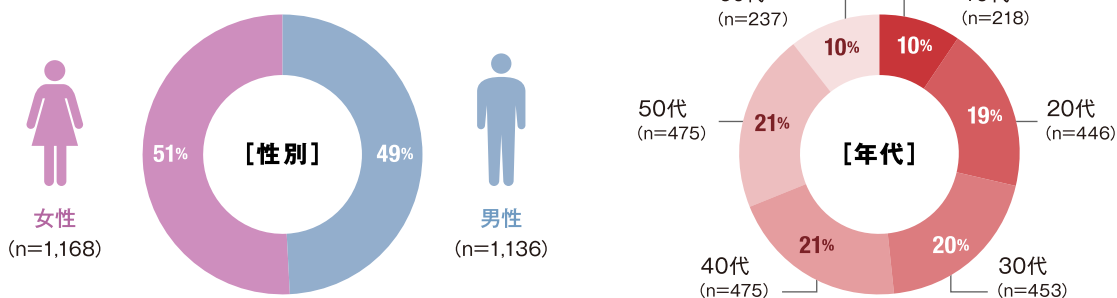
インターネット調査

日本在住の16～64歳男女 ※GMOリサーチ(株)が保有するジャパンクラウドパネルより抽出

2014年9月

2,304サンプル

サンプル内訳



調査項目

- 属性(性別/年齢/未婚/末子年齢/職業)
 - メディア接触状況
 - 生活の上で重要視すること
 - メディア購入状況
 - メディア購入状況
- ※本レポートでは一部を抜粋し掲載

調査主体

GMO RESEARCH

GMOリサーチ株式会社 (<http://www.gmo-research.jp/>)

RE-A-SON

Research & Consulting

株式会社レアソン (<http://www.re-a-son.com/>)

お問合せ先

GMOリサーチ株式会社

✉ Contact: info@gmo-research.jp

株式会社レアソン

✉ Contact: contact@re-a-son.com

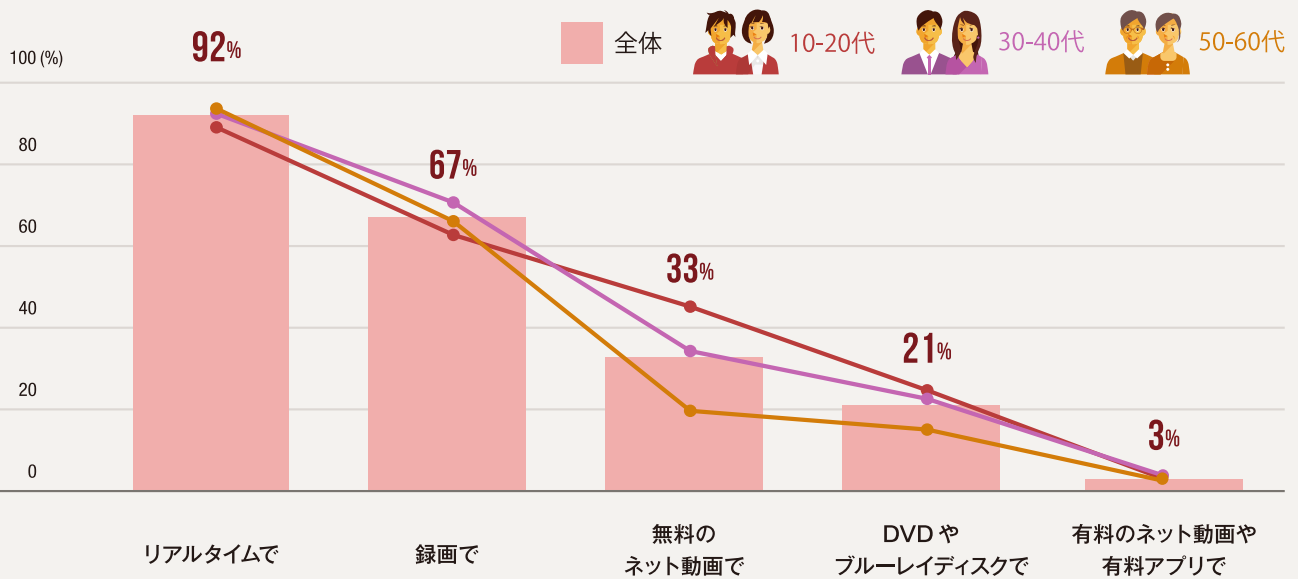
最近1年以内に行ったこと／各活動頻度の増減



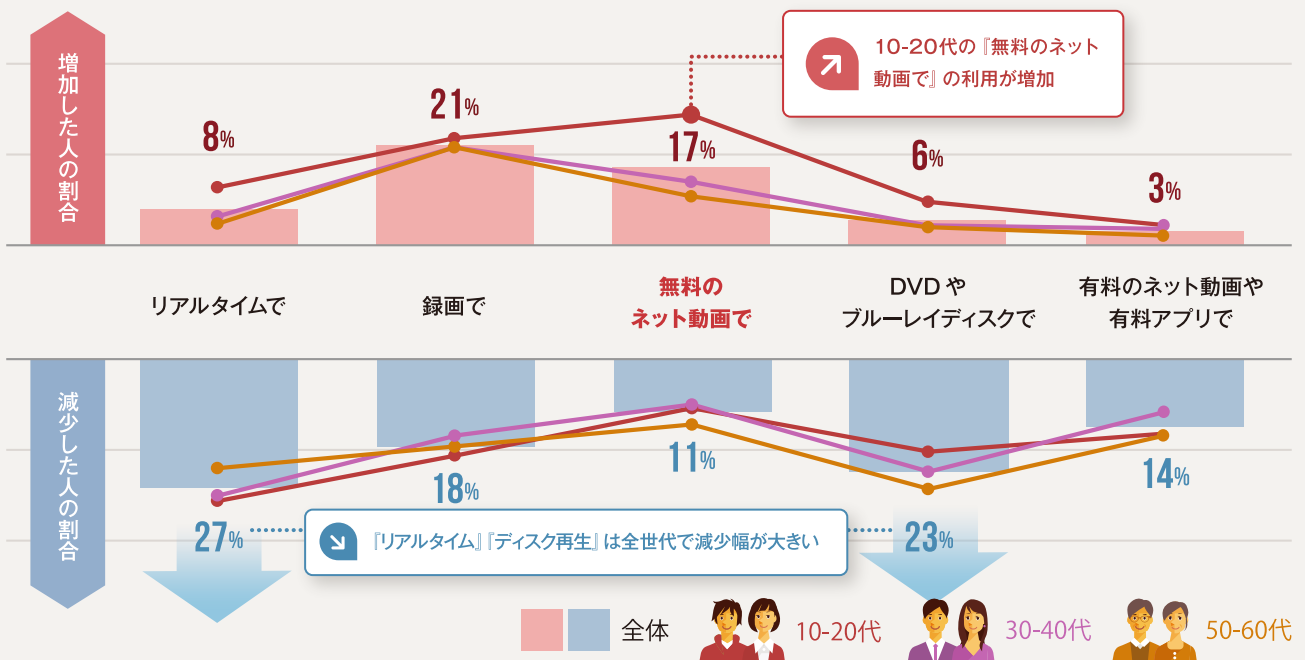
TV番組

『リアルタイム』『ディスク再生』視聴頻度が減少。
『ネット動画』視聴頻度が増加。

ここ1年間に行った視聴方法



各活動の頻度の増減 ※2、3年前との比較



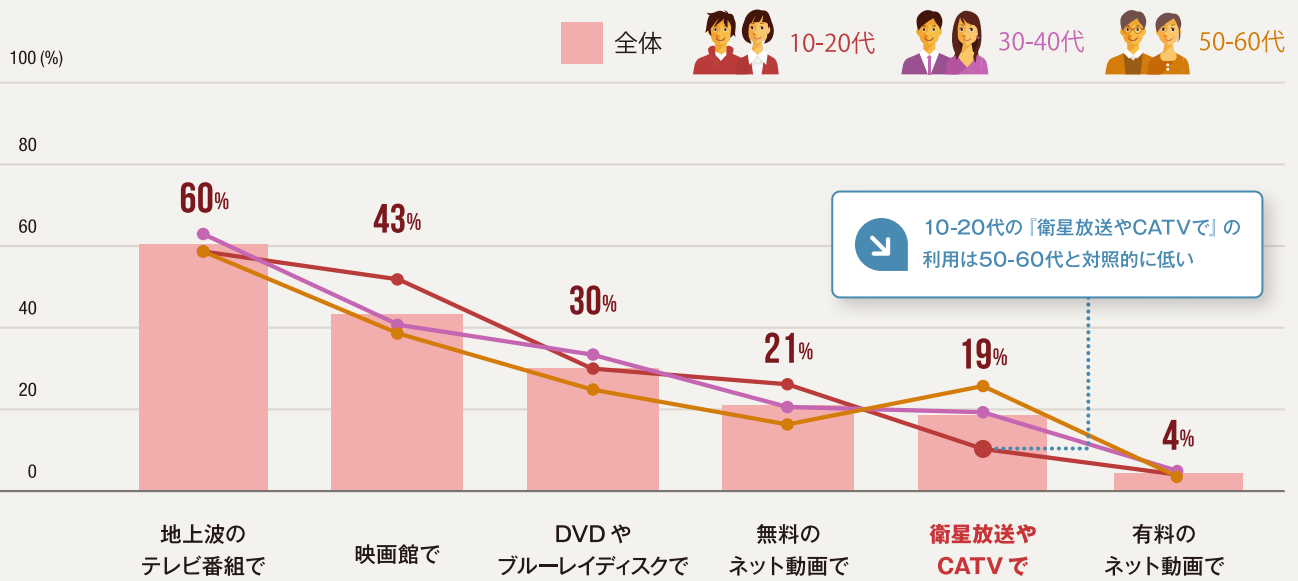
最近1年以内に行ったこと／各活動頻度の増減



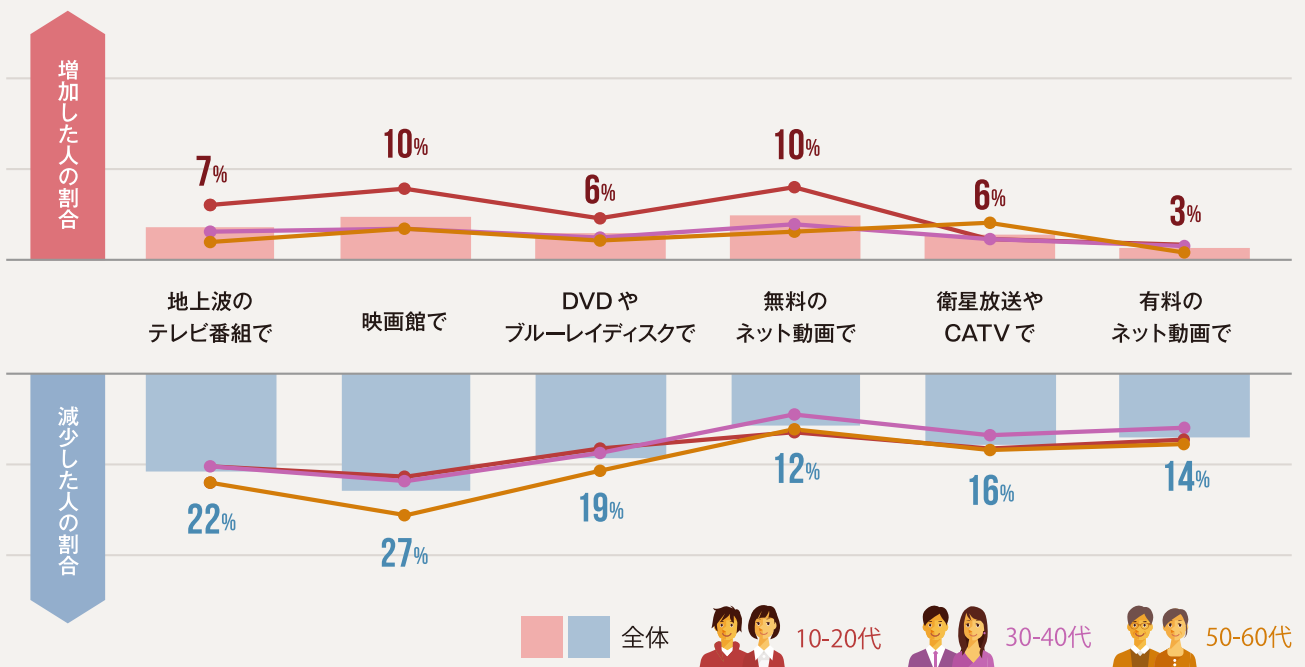
映画

20代以下では『衛星放送やCATV』の利用率が著しく低い。

ここ1年間にいった鑑賞方法



各活動の頻度の増減 ※2、3年前との比較



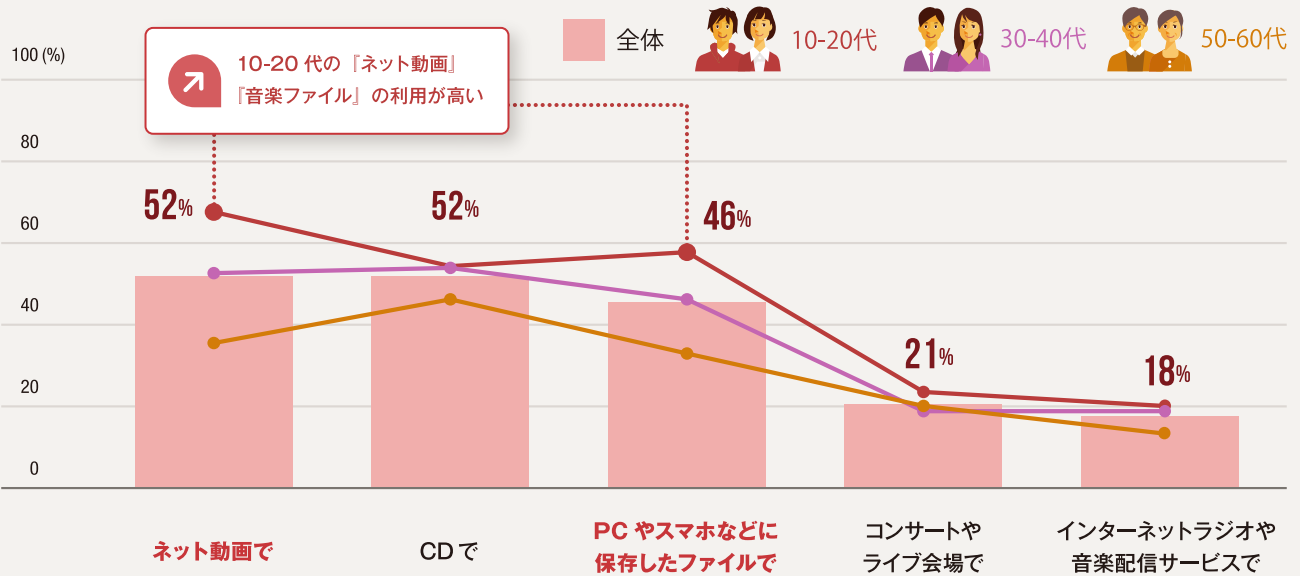
最近1年以内に行ったこと／各活動頻度の増減



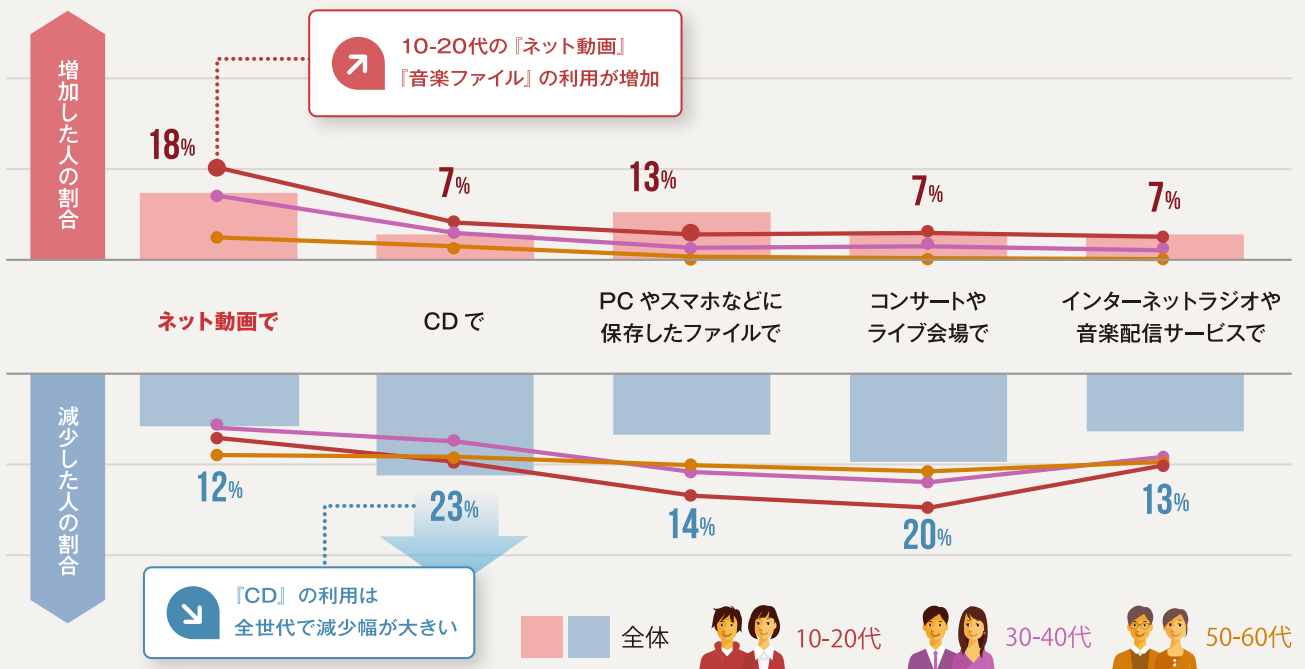
音楽

全ての世代が『CD』から『ネット動画』『音楽ファイル』の利用へシフト。

ここ1年間に行った鑑賞方法



各活動の頻度の増減 ※2、3年前との比較



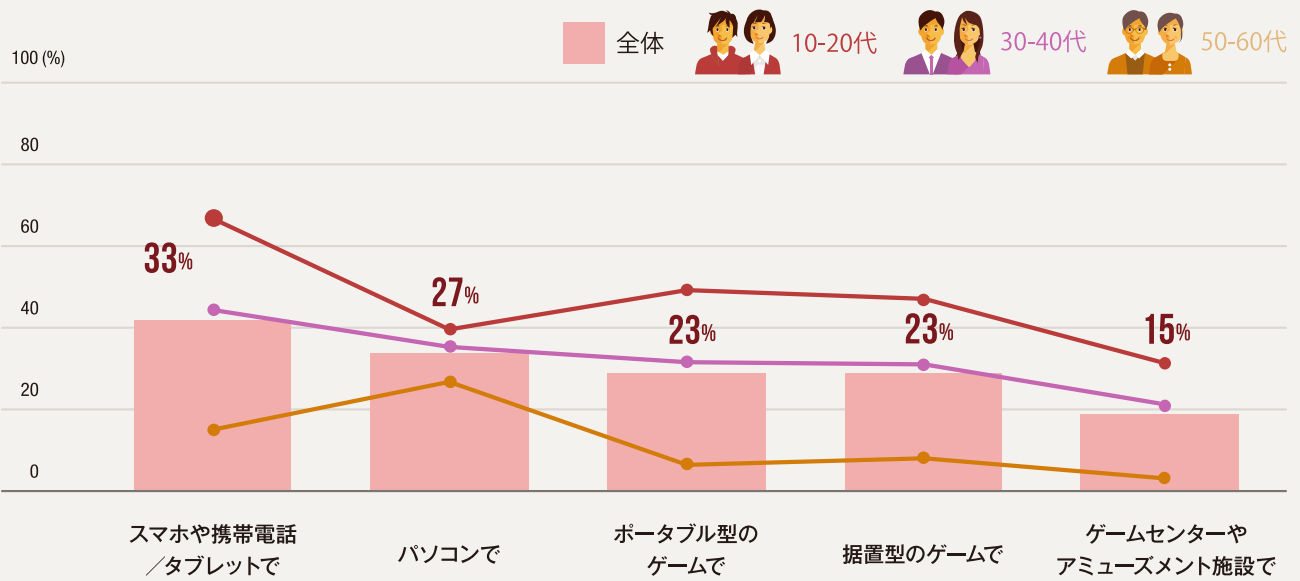
最近1年以内に行ったこと／各活動頻度の増減



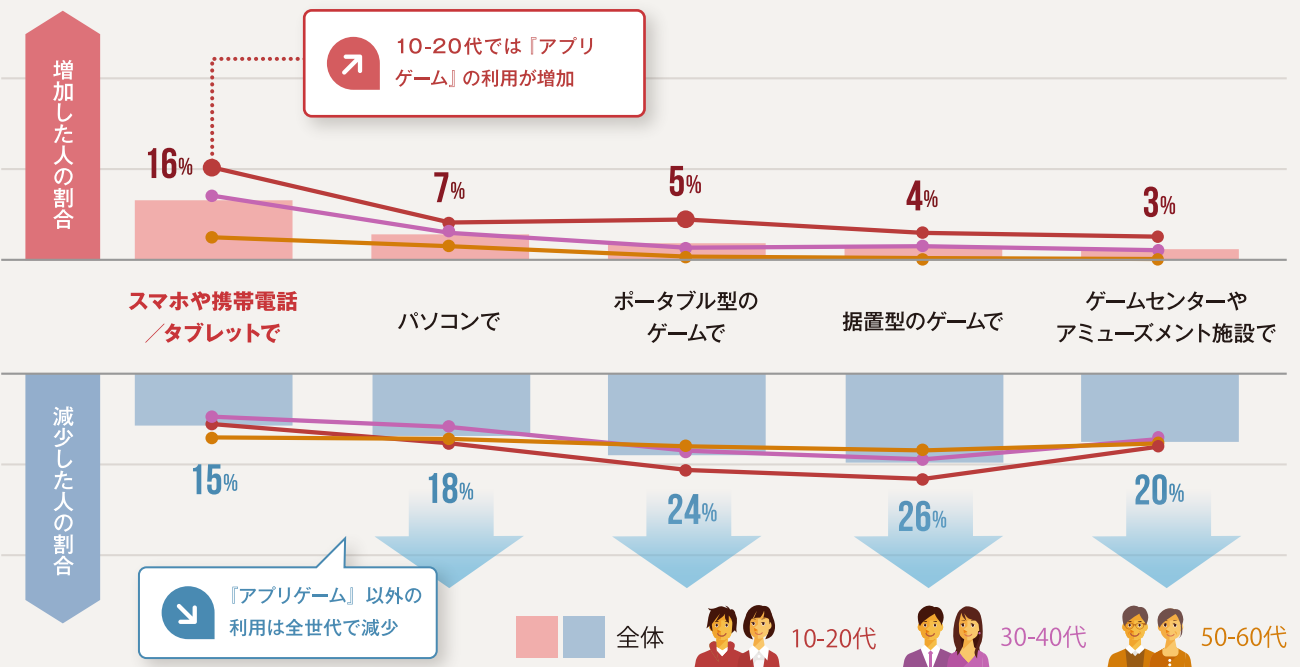
ゲーム

『アプリゲーム』はわずかに増加。
それ以外の利用は減少。

ここ1年間にいったゲーム



各活動の頻度の増減 ※2、3年前との比較



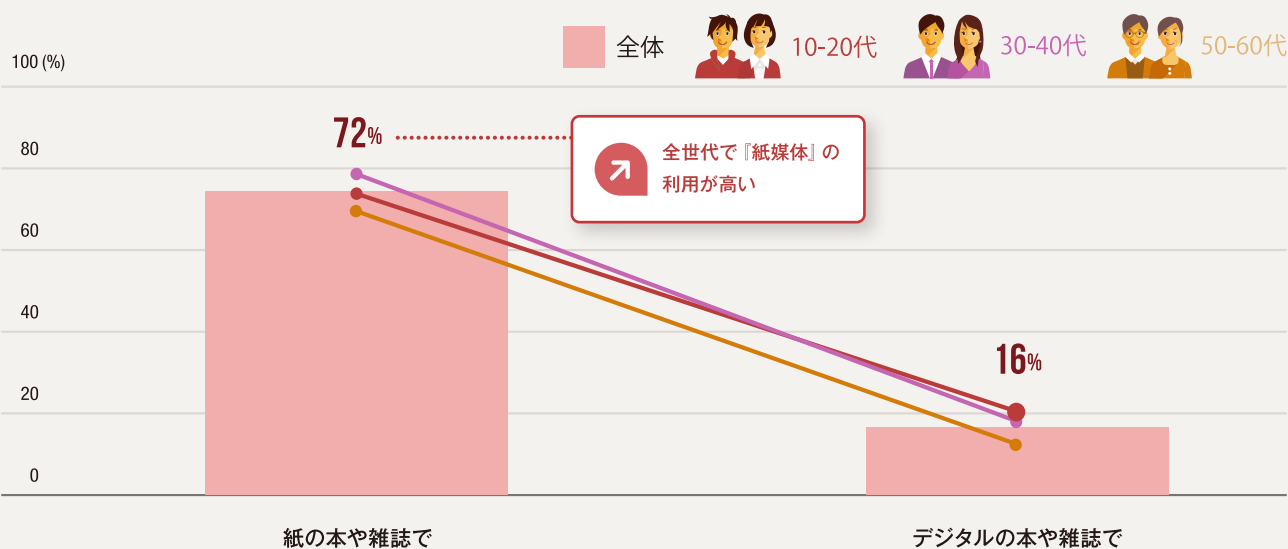
最近1年以内に行ったこと／各活動頻度の増減



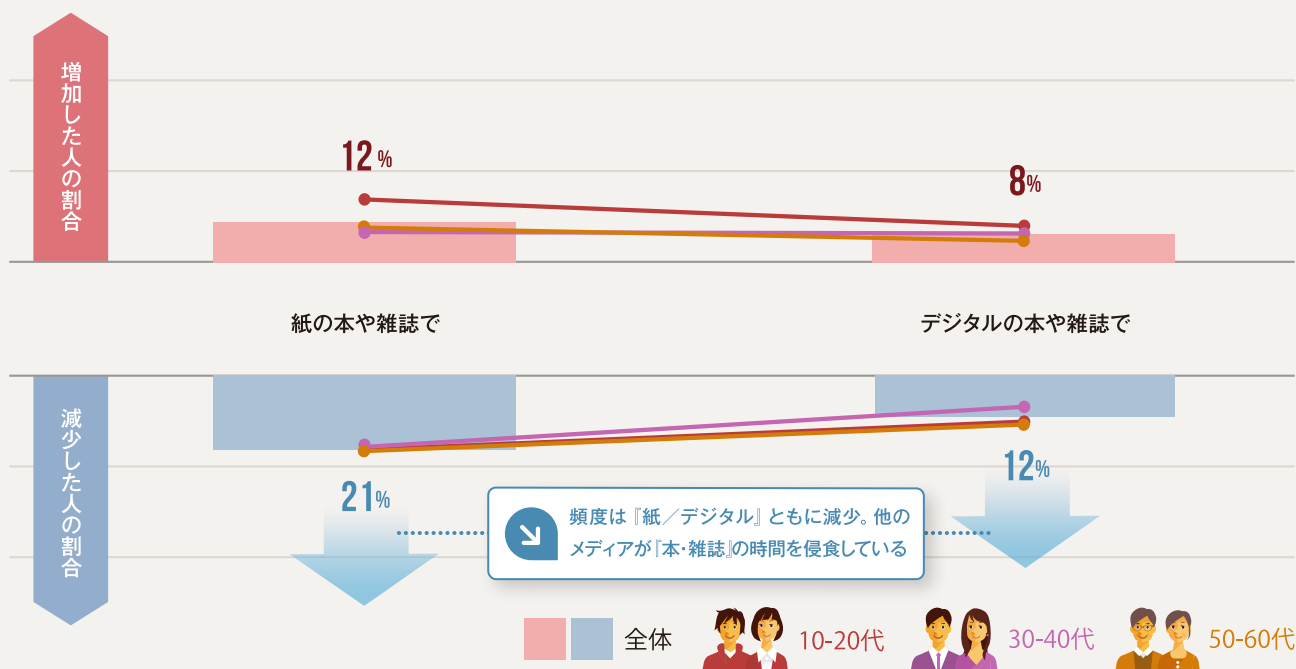
本・雑誌

全ての世代で『紙媒体』が未だに主流。
頻度は『紙／デジタル』ともに減少。

ここ1年間に行った読書方法



各活動の頻度の増減 ※2、3年前との比較

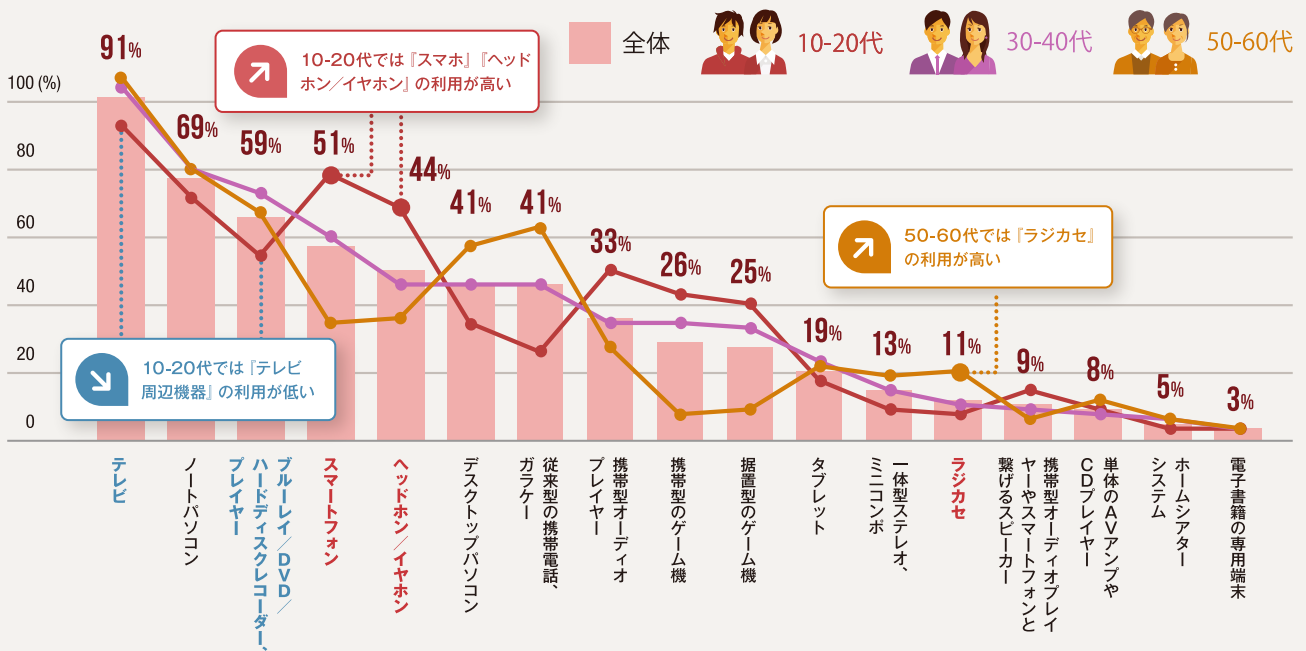


03

普段使用している機器 / 購入した・購入したい機器

- ▶ 20代以下の若者にとって、『スマホ』『ヘッドホン/イヤホン』は必携アイテム。
- ▶ 現在はガラケーが主流の50-60代にもスマホトレンドが波及。

普段使用している機器



過去一年に購入した機器 / 今後購入したい機器

n=2,304s

		1位	2位	3位	4位	5位
全体	購入した商品	スマートフォン 20%	ノートパソコン 13%	ヘッドホン/イヤホン 11%	タブレット 8%	テレビ 7%
	今後購入したい商品	スマートフォン 16%	ノートパソコン 11%	テレビ 9%	ブルーレイ/DVD/ハードディスクレコーダー、プレイヤー 8%	タブレット 8%
10代	購入した商品	ヘッドホン/イヤホン 30%	スマートフォン 28%	ノートパソコン 15%	テレビ 7%	携帯型オーディオプレイヤー 7%
	今後購入したい商品	ヘッドホン/イヤホン 16%	スマートフォン 15%	ブルーレイ/DVD/ハードディスクレコーダー、プレイヤー 10%	ノートパソコン 9%	携帯型オーディオプレイヤー 8%
20代	購入した商品	スマートフォン 24%	ヘッドホン/イヤホン 16%	ノートパソコン 10%	携帯型のゲーム機 9%	テレビ 8%
	今後購入したい商品	スマートフォン 16%	ノートパソコン 13%	テレビ 13%	タブレット 8%	ヘッドホン/イヤホン 8%
30代	購入した商品	スマートフォン 24%	ノートパソコン 14%	タブレット 9%	ヘッドホン/イヤホン 8%	ブルーレイ/DVD/ハードディスクレコーダー、プレイヤー 7%
	今後購入したい商品	スマートフォン 19%	テレビ 10%	タブレット 9%	ノートパソコン 9%	ブルーレイ/DVD/ハードディスクレコーダー、プレイヤー 8%
40代	購入した商品	スマートフォン 20%	ノートパソコン 12%	タブレット 9%	ヘッドホン/イヤホン 8%	テレビ 7%
	今後購入したい商品	スマートフォン 17%	ノートパソコン 11%	ブルーレイ/DVD/ハードディスクレコーダー、プレイヤー 9%	テレビ 8%	タブレット 6%
50代	購入した商品	スマートフォン 14%	ノートパソコン 12%	タブレット 9%	デスクトップパソコン 7%	テレビ 6%
	今後購入したい商品	スマートフォン 12%	ノートパソコン 11%	テレビ 9%	ブルーレイ/DVD/ハードディスクレコーダー、プレイヤー 8%	タブレット 7%
60代	購入した商品	ノートパソコン 15%	スマートフォン 10%	テレビ 7%	タブレット 6%	従来型の携帯電話、ガラケー 6%
	今後購入したい商品	スマートフォン 17%	ノートパソコン 10%	テレビ 8%	タブレット 7%	ブルーレイ/DVD/ハードディスクレコーダー、プレイヤー 6%

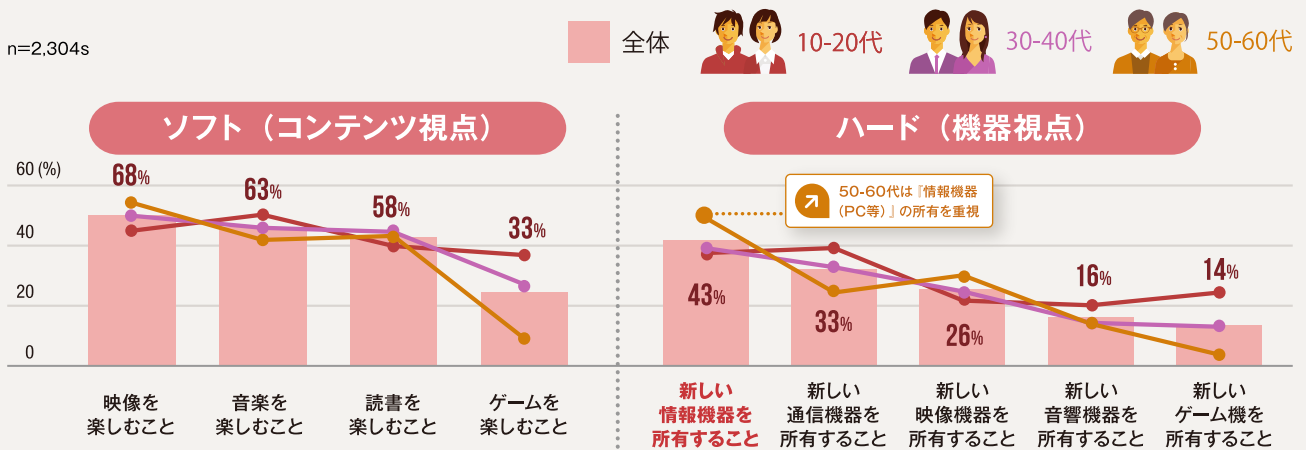
全世代で「スマホ」が上位

生活において重要なこと・もの / 支払金額

生活において重要なこと・もの

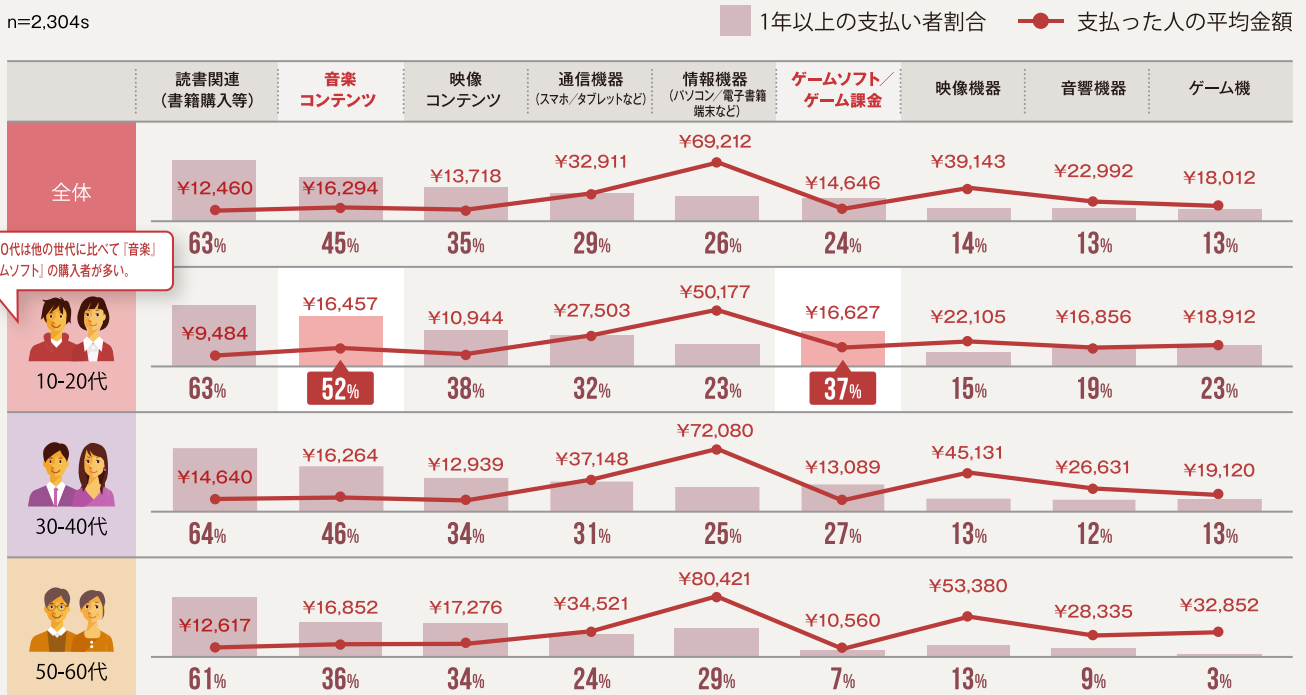
▶ 『ハード』より『ソフト』を重視。

50-60代は『情報機器 (PC等)』を所有することを重視。



過去1年間の支払金額

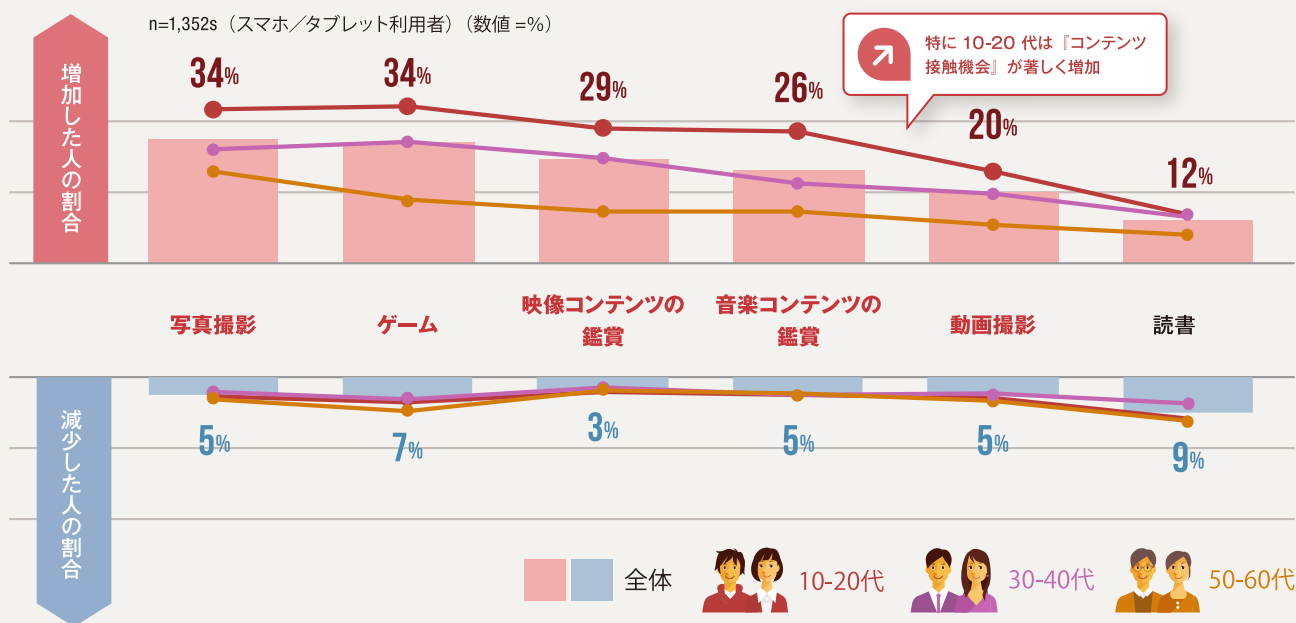
▶ 20代以下の『音楽』『ゲームソフト』の購入者が多い。



スマホ・タブレットを利用して増減したこと・もの

- ▶ スマホ／タブレットユーザーのコンテンツ接触機会が増加。
- ▶ 専用機器市場（特に『PC』『TV』）はスマホ／タブレットによって侵食。

スマホ・タブレットを利用して増減した活動



スマホ・タブレットの利用で使用頻度の減った機器

n=1,181s (スマホ利用者)

		1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
頻度の減ったデバイス	全体	ノートパソコン 15%	テレビ 14%	携帯型のゲーム機 7%	デスクトップパソコン 7%	据置型のゲーム機 6%
	10-20 代	テレビ 17%	ノートパソコン 14%	据置型のゲーム機 8%	携帯型のゲーム機 8%	携帯型オーディオプレイヤー 7%
	30-40 代	ノートパソコン 18%	テレビ 13%	携帯型のゲーム機 9%	デスクトップパソコン 8%	据置型のゲーム機 7%
	50-60 代	ノートパソコン 12%	テレビ 10%	デスクトップパソコン 6%	携帯型オーディオプレイヤー 5%	ブルーレイ/DVD/ハードディスクレコーダー、プレイヤー 4%

n=434s (タブレット利用者)

		1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
頻度の減ったデバイス	全体	ノートパソコン 17%	テレビ 13%	デスクトップパソコン 12%	携帯型のゲーム機 6%	ブルーレイ/DVD/ハードディスクレコーダー、プレイヤー 6%
	10-20 代	テレビ 16%	ノートパソコン 12%	携帯型のゲーム機 10%	ブルーレイ/DVD/ハードディスクレコーダー、プレイヤー 7%	据置型のゲーム機 7%
	30-40 代	ノートパソコン 23%	テレビ 14%	デスクトップパソコン 14%	据置型のゲーム機 7%	ブルーレイ/DVD/ハードディスクレコーダー、プレイヤー 7%
	50-60 代	デスクトップパソコン 14%	ノートパソコン 14%	テレビ 9%	携帯型のゲーム機 4%	携帯型オーディオプレイヤー 4%

全世代で『PC』『TV』の利用が減少