

— Yahoo!リサーチ、「エンターテインメントに関する調査」を実施 —

人々にとって、なくてはならないエンタメ、『音楽』。

喜怒哀楽から癒し、気分転換まで、さまざまな気分をもたらす万能エンタメ

<http://www.yahoo-vi.co.jp/research/100421.html>

全国の15～59歳男女(中学生はのぞく) 900人を対象に実施

2010年4月21日

ヤフーバリューインサイト株式会社

Yahoo!リサーチを運営するヤフーバリューインサイト株式会社(本社/東京都中野区、代表取締役社長/田部 信)は、「エンターテインメントに関する調査」を自社調査専用パネルを対象に実施しました。

姿や形は違えども、どこにでも存在し、今も昔も人々の生活を豊かにし続ける様々な『エンターテインメント(エンタメ)』。インターネット技術の進化により、入手方法や楽しみ方も簡単に、また多様化している今日、『エンタメ』は人々にとってどのような存在なのでしょう。Yahoo!リサーチでは、音楽・映画・書籍・ゲームなど、エンタメの代表的なジャンルごとに、ユーザ数や不可欠度、消費金額などを測ることにより、その“欠かせない度合い”を探ってみました。

調査結果トピックス

- ・ユーザー数でダントツの『音楽』『映画』。『音楽』は不可欠度でも突出
- ・年代が高くなるほど、時間やお金をかけるエンタメの取捨選択が進む
- ・『音楽』はさまざまな気分をもたらす万能エンタメ。『アニメ』『漫画』『ゲーム』は、刺激やワクワク・すっきり感を
- ・今後、乞うご期待?! 現在まだ1割に満たない、書籍コンテンツをネット経由で楽しむ割合

【1】ユーザー数でダントツの『音楽』『映画』。『音楽』は不可欠度でも突出

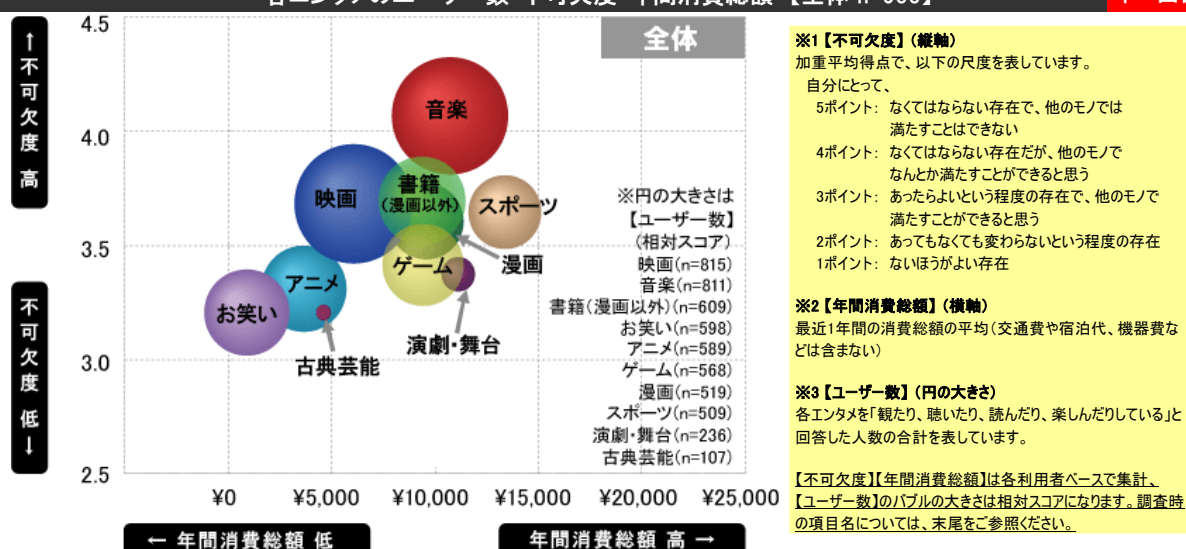
縦軸で【不可欠度※1】、横軸で【年間消費総額※2】、バブルサイズで【ユーザー数※3】を表したチャートで、各エンタメのポジショニングを確認しました。【不可欠度】は、自分にとって「なくてはならない存在で他のモノでは満たすことはできない」から「ないほうがよい存在」までのなくてはならない度合いと代替可能性を組み合わせた5段階尺度で測りました。

『音楽』と『映画』は、バブルサイズが圧倒的に大きく、【ユーザー数】において2大エンタメと言えるでしょう。これに加え『音楽』は、【不可欠度】も高く、エンタメのなかで唯一、加重平均得点が4ポイント(=なくてはならない存在)を超え、突出しています。さらに、【年間消費総額】も10,000円以上と上位を占め、『音楽』は【ユーザー数】【不可欠度】【年間消費総額】の3つの要素がバランスよく高い、群を抜く存在のエンタメと言えます。

『書籍(漫画以外)』『お笑い』『アニメ』『ゲーム』『漫画』『スポーツ』の6つのエンタメは、【ユーザー数】では500～600人程度と同レベルですが、このうち、『書籍(漫画以外)』『ゲーム』『漫画』『スポーツ』は【不可欠度】が3.5ポイント前後と「なくてはならない存在」に近く、【年間消費総額】も10,000円前後ですが、『アニメ』『お笑い』は【不可欠度】が3～3.5ポイントの間と「あったらよい程度」に近く、【年間消費総額】も5,000円以下と、【不可欠度】と【年間消費総額】で前者の4エンタメとは差が見られる結果になりました。

各エンタメのユーザー数・不可欠度・年間消費総額【全体 n=900】

単一回答



【本件についてのお問い合わせ先】 ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969

お問い合わせフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/contact/index.php>

【2】男性のほうが高い『ゲーム』『アニメ』などのバーチャル系エンタメ志向

全体ベースと同様、【ユーザー数】の多さでは男女ともに『音楽』『映画』の2つが抜き出しています。【不可欠度】は、『映画』では男女間の差がさほど見られませんが、『音楽』では男性の4ポイントに対し、女性では4～4.5ポイントの間と、「なくてはならない存在で、他のモノでは満たすことはできない」により近い結果になりました。『音楽』は男女ともに「なくてはならない存在」ではあるものの、「他のモノには替えられない」という思いは男性よりも女性のほうが強いようです。

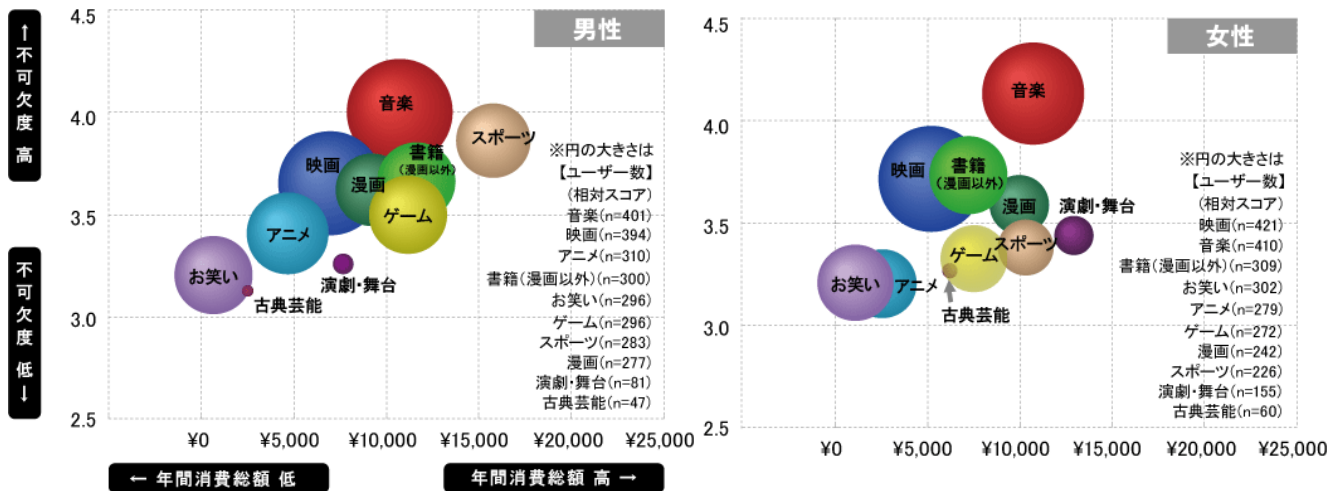
また、『スポーツ』は女性よりも男性が、『演劇・舞台』は男性よりも女性が、【ユーザー数】【不可欠度】【年間消費総額】の三拍子揃って顕著に高く、男女の嗜好の違いを表しています。

さらに、『書籍(漫画以外)』『お笑い』『アニメ』『ゲーム』『漫画』のエンタメでは、男女間で【ユーザー数】には大きな違いが見られないものの、男性は女性よりも『ゲーム』『アニメ』の【不可欠度】、『書籍(漫画以外)』『ゲーム』『アニメ』の【年間消費総額】が高い結果となりました。『ゲーム』『アニメ』などのバーチャル系エンタメは、女性よりも男性が志向する傾向が見られます。

各エンタメのユーザー数・不可欠度・年間消費総額【男女別】 男女ともに、n=450

単一回答

※各軸の定義は【1】を参照ください。



【3】年代が高くなるほど、時間やお金をかけるエンタメの取捨選択が進む

【ユーザー数】の多さでは、やはり『音楽』『映画』の2つが年代を問わず抜き出しており、2大エンタメの存在感を示しています。【不可欠度】を見てみると、『音楽』では、10代で4.4ポイント、20代で4.2ポイントと、若い年代ほど「なくてはならない存在で、他のモノでは満たすことはできない(=5ポイント)」に近づき、他のエンタメを引き離す傾向が見られ、若い年代にとって圧倒的に「なくてはならない存在」であることが伝わってきます。また、40代、50代でも【不可欠度】は4ポイント弱と上位を占め、上のほうの年代においても欠かせないエンタメであることがわかります。

その他、『漫画』『アニメ』『ゲーム』といったバーチャル系エンタメは、【ユーザー数】【不可欠度】【年間消費総額】のいずれも、年代が高くなるほど低下する傾向が見られます。40代、50代になると【不可欠度】は、3.5ポイントを下回り、「あったらよい程度の存在」により近づき、【年間消費総額】でも下位を占めます。各世代が抱くバーチャル系エンタメに対するイメージや若い頃からの親しみや経験などの影響が考えられ、今の若い世代が40、50代となったときのスコアが気になります。

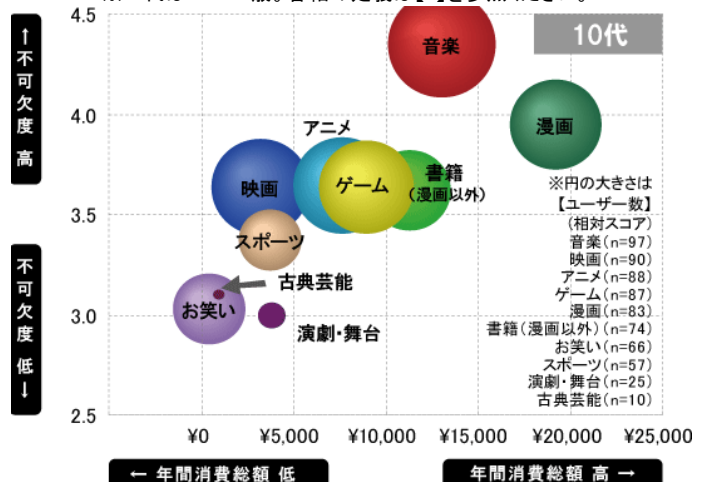
逆に、40代以上では『書籍(漫画以外)』『スポーツ』『演劇・舞台』の【不可欠度】や【年間消費総額】がぐんと高まり、特に50代の『スポーツ』の【年間消費総額】は20,000円近くと高額になっています。

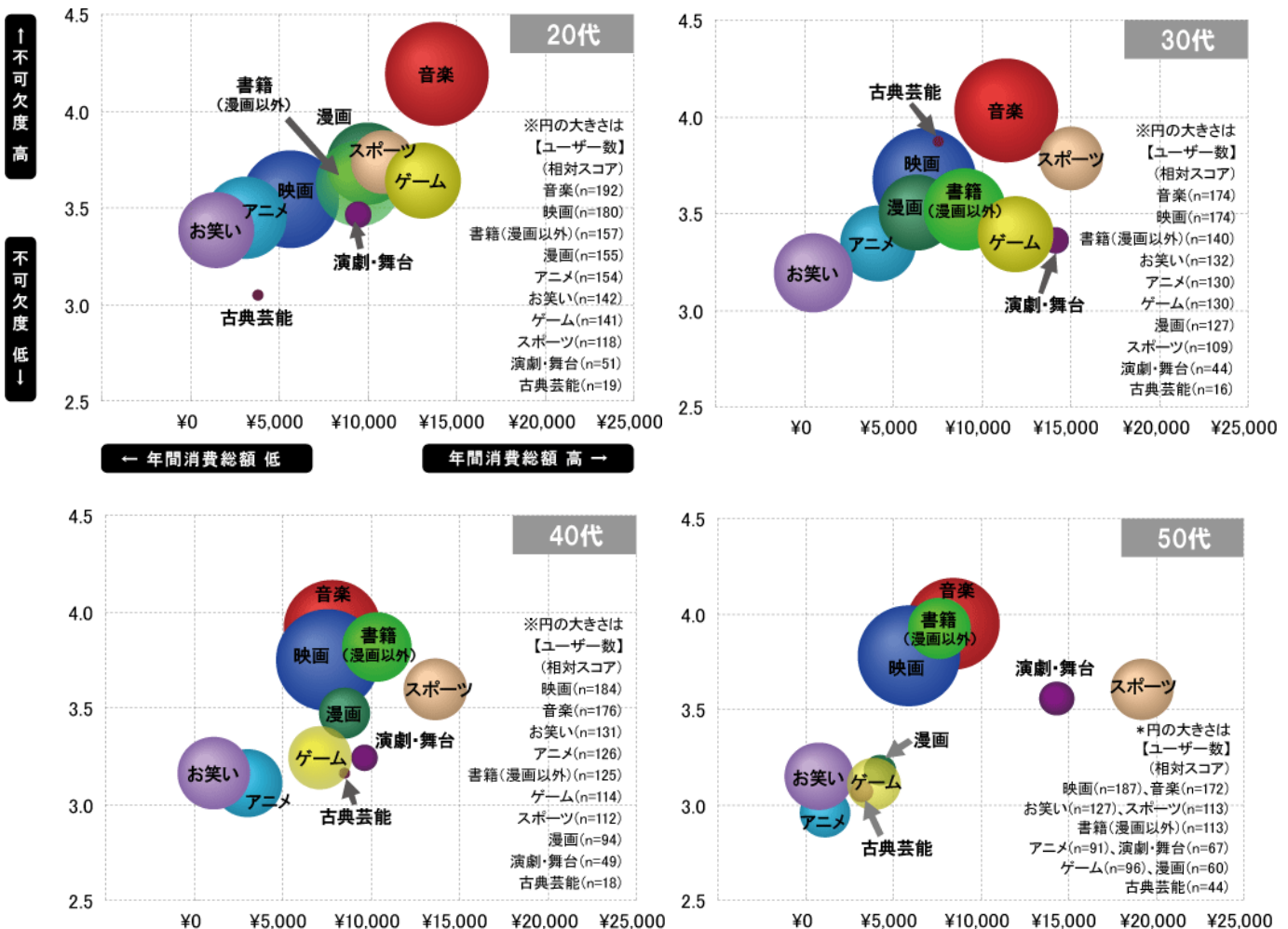
上の年代ほど、自分にとって必要なものとそうでないもの、お金をかけるものとかけないもの、といったエンタメの取捨選択をしていく様子が見えてきます。

各エンタメのユーザー数・不可欠度・年間消費総額【年代別】各 n=200 (10代のみn=100)

単一回答

※10代は15～19歳。各軸の定義は【1】を参照ください。





【4】『音楽』は喜怒哀楽から癒し、気分転換までさまざまな気分をもたらす万能エンタメ。『アニメ』『漫画』『ゲーム』は、刺激やワクワク・すっきり感を

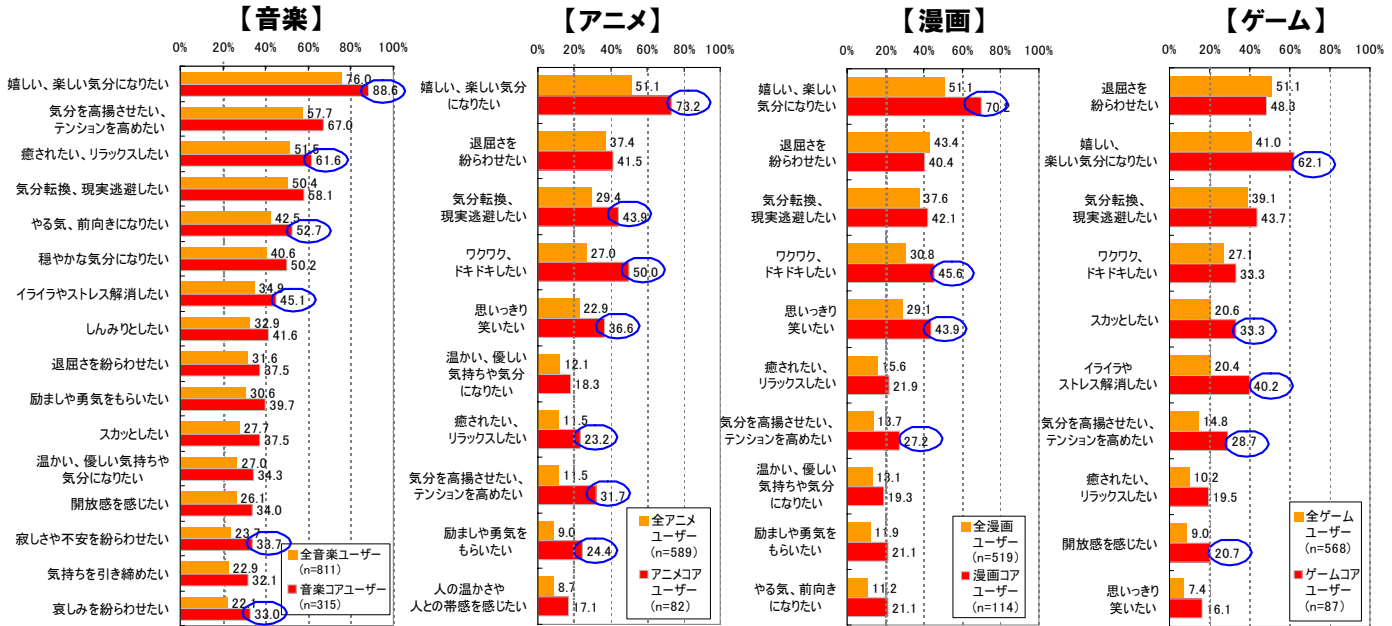
それでは、生活者は、「どのようなときに」「どのような気分になりたいときに」、これらのエンタメを楽しむのでしょうか。各エンタメに期待する効果・効能を聞いてみました。また、各エンタメを利用する全ユーザーと、【不可欠度】において、「自分にとってなくてはならない存在で、他のモノでは満たすことはできない」と回答したユーザー（以下、コアユーザー）のスコアを比較し、コアユーザーに「他のモノでは満たすことができない」と感じさせる各エンタメの魅力を探ってみました。

【ユーザー数】【不可欠度】【年間消費総額】とバランスよく支持されている『音楽』は、コアユーザーのみならず、全ユーザーベースでも他エンタメと比較して、とにかく全体的にスコアが高く、喜怒哀楽、癒し、気分転換、退屈しのぎ等々、さまざまな気分、効能をもたらしてくれると評価されています。なかでも、音楽コアユーザーが全ユーザーのスコアを10ポイント以上上回った項目は、「嬉しい、楽しい気分になりたい」「癒されたい、リラックスしたい」「やる気、前向きになりたい」「イライラやストレス解消したい」「寂しさや不安を紛らわせたい」「哀しみを紛らわせたい」など、多数に及びました。『音楽』が多くの人に、強く支持されている理由には、このようなオールマイティな効果・効能があるようです。

『アニメ』『漫画』『ゲーム』などのバーチャル系エンタメでは、「嬉しい、楽しい気分になりたい」「気分転換、現実逃避したい」「ワクワク、ドキドキしたい」「思いっきり笑いたい」「スカっとしたい」「開放感を感じたい」など、刺激や高揚感、ワクワク感、すっきり感などを得られる項目を中心にコアユーザーのスコアが10ポイント以上高くなっています。これらの効果・効能が、【2】【3】で述べた、男性や若い年代から特に高い支持を得る理由なのかもしれません。

各エンタメに期待する効果・効能【関与度別】

複数回答



*「どのようなときに、各エンタメを観たり、聴いたり、読んだり、楽しんだりしたいと思うか」について、全21項目から複数回答で確認。「音楽」は上位16項目、「アニメ」「漫画」「ゲーム」は上位10項目を抜粋。それぞれ「全ユーザー」のスコアベースで降順ソート。

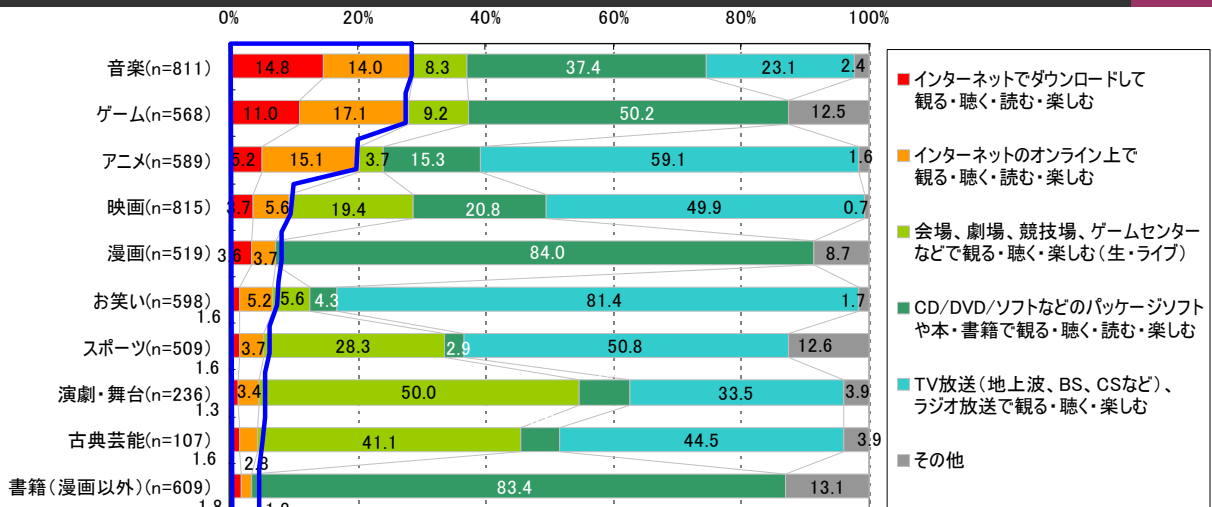
【5】今後、乞うご期待?! 現在まだ1割に満たない、書籍コンテンツをネット経由で楽しむ割合

ライブ(生)やCD・DVDなどのパッケージソフト、インターネット経由など、近年益々多様化している各エンタメの入手方法や楽しみ方について、エンタメごとに、各エンタメの利用者に、全体を100%としたときの各方法の比率を数値で回答してもらいました(回答者の感覚ベース)。

すでにインターネット経由でのコンテンツ提供が珍しくない『音楽』や『ゲーム』では、「インターネットでダウンロード」と「インターネットのオンライン上」が合計で3割ほどと、インターネットを経由した入手方法や楽しみ方が他のエンタメよりも高い結果となりました。現在はまだ、楽しむための機器・端末やコンテンツなどが充実していない書籍類は、インターネット経由のスコアが「インターネットでダウンロード」「インターネットのオンライン上」の合計で、『書籍(漫画以外)』が4%程度、『漫画』が7%程度と、それぞれ1割に満たない結果でした。今後の、KindleやiPadといった電子書籍端末の普及状況やこれに伴うコンテンツの増加などによって、『音楽』のようにインターネット経由で入手・楽しむ割合が上昇していくのでしょうか。注目していきたいところです。

各エンタメの楽しみ方(入手経路)【各エンタメユーザ全体】

自由回答



※「インターネットでダウンロードして観る・聴く・読む・楽しむ」「インターネットのオンライン上で観る・聴く・読む・楽しむ」の合計値の降順でソート

※「漫画」「書籍(漫画以外)」は以下の入手経路を除外して調査

「会場、劇場、競技場、ゲームセンターなどで観る・聴く・楽しむ(生・ライブ)」「TV放送(地上波、BS、CSなど)、ラジオ放送で観る・聴く・楽しむ」

※「ゲーム」は「TV放送(地上波、BS、CSなど)、ラジオ放送で観る・聴く・楽しむ」のみ除外して調査

<調査項目一覧>

- ・各エンタメのユーザー数、不可欠度、年間消費総額
- ・各エンタメの楽しみ方(入手経路)
- ・各エンタメの効果・効能

<各エンタメの項目詳細>

映画	: 映画・ドラマ(映像)
アニメ	: アニメ(映像)
漫画	: 漫画・コミック(書籍)
書籍(漫画以外)	: 漫画・コミック以外の書籍
お笑い	: 落語、漫才、コントなどのお笑い
古典芸能	: 歌舞伎、能、狂言などの古典芸能
演劇・舞台	: 演劇、ミュージカル、ダンスなどのパフォーマンス

<調査概要>

- 調査目的 : 生活者にとってエンタメは、「どの程度なくてはならない存在」で、「どのような気分をもたらしてくれる存在」なのかを、エンタメのジャンルごとに探り、俯瞰的に捉える
- 調査方法 : インターネットウェブ定量調査
- 調査対象 : 全国の15歳～59歳の男女(中学生はのぞく)900サンプル
- 割付 : 性年代5歳刻み50サンプル均等割付
- 調査期間 : 2010年4月2日(金)～4月3日(土)

<調査結果の引用・転載について>

本調査結果を引用いただく際は、必ず以下の要領でクレジットを明記ください。

Yahoo!リサーチ調べ/全国の15歳～59歳の男女(中学生はのぞく)900人対象/2010年4月2日～3日実施

※編集・加工が必要な場合(本リリースで言及している範囲外でのご利用)は弊社までご連絡をお願いします。

ご連絡フォーム: <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/quote/index.php>

<Yahoo!リサーチ メールマガジン「インサイト★ニュース」のご案内>

最新の自主調査データやマーケティングリサーチ関連の情報などを定期的にお届けします。(月2回程度)

ご登録はこちら: <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/mailmagazine/index.php>

<ヤフーバリューインサイト株式会社について>

「市場の生活者ニーズを捉え、マーケティング課題を解決し、企業の成長に貢献する価値を提供すること」、それが私たちの使命です。ヤフーバリューインサイト株式会社は、マーケティングリサーチのリーディングカンパニーとして、国内最大級かつ高品質な調査パネルを基盤に、インターネットリサーチから従来型手法まで、豊富なりサーチサービスを提供しています。2008年7月より、ヤフー株式会社と「Yahoo!リサーチ」ブランドの共同運営を開始し、Yahoo! JAPANを通じた調査パネルの充実、インターネットにおけるノウハウやインターネット利用動向の活用、そして、マーケティングテクノロジーの研究・開発を続け、これまでにないサービスや価値を提供してまいります。

会社名 : ヤフーバリューインサイト株式会社 <http://www.yahoo-vi.co.jp>

所在地 : 東京都中野区中央1-38-1 住友中野坂上ビル1F
TEL: 03-3367-1967(代表) FAX: 03-3367-1961

新会社発足日 : 2007年7月1日

資本金 : 7億円

代表者 : 代表取締役社長 田部 信(たなべ しん)

事業内容: ・マーケティングリサーチ事業
・データ解析事業
・マーケティングコンサルティング事業

【 本件についてのお問い合わせ先 】

ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報 TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969

お問い合わせフォーム: <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/form/index.php>