

# ～エンタテインメント7分野横断・生活者調査～ エンタテインメント・コンシューマー・リサーチ結果のご紹介

ースポーツ／演劇／映画／音楽／アート／書籍／ゲームー

2003年12月24日  
株式会社博報堂 研究開発局

## 【調査の狙い】

いまや若者に限らず広く生活者に消費されているエンタテインメント。

企業の広告活動においても、2002年カンヌ広告祭でグランプリを取ったショートフィルムなど、ブランド・オリジナルのフィルム制作や映画へのプレイスメント、スポーツ、ゲーム、音楽など、様々なエンタテインメント・コンテンツとブランド（企業）の積極的なコラボレーションが急増しています。これは、一方的なマス広告だけではメッセージが届きにくくなった今日的生活者に対し、従来とは異なったアプローチで魅力的なブランド経験を創出することを目的とした新たな広告手法のひとつといえます。博報堂では、このようなターゲットのブランド経験を重視する新しいアプローチを体系立てたオリジナル手法『ライブマーケティング』を2年前に開発し、新しい取組みを積極的にこなっています。

一方、エンタテインメント・コンテンツに関する既存データは、業界(分野)ごとに縦割りとなった売上げ・興行成績データなどが中心で、分野をまたがって生活者がどのようにエンタテインメントを消費しているか、といった生活者視点での調査はあまり行なわれていませんでした。

そこでこの度、博報堂研究開発局では、エンタテインメントの有効活用への高まるニーズをデータ面でサポートし、より効果的な『ライブマーケティング』を実現するため、エンタテインメント7分野を横断した生活者視点での消費実態調査を10代から50代までの男女を対象に行いました。

## 調査結果ダイジェスト

### 1. 「映画」「音楽」「書籍」が興味度トップ3

### 2. 年代による興味度推移の4タイプ

- (1)若年型(年代が上がると興味度が低下) — 音楽、ゲーム
- (2)ステイ型(年代にかかわらず一定の興味度) — 映画、書籍
- (3)成熟型(年代が上がるほど興味度が上昇) — スポーツ、アート
- (4)復活型(若年層と高齢層の二層で上昇) — 演劇

### 3. 興味分野の特定化

～「なんでもござれ」は少数派。個人の興味分野は1～2分野に集中される傾向が強い。  
各分野とも、「非常に興味がある」人たちの消費パワーが圧倒的。

### 4. 選択ポイントは「ジャンル」「ごひいき」「話題性」

～コンテンツ選択の決め手となるポイントは、「好きなジャンル」「好きな人物・チーム」に加え「友人間で人気・話題のもの」といった「クチコミ・パワー」も上位にランクされた

### 5. 7分野合計の消費金額は「男性＞女性」、性・年代別では30代男性がトップ。

## 【調査概要】

調査対象者：15-59才男女・7610名（男性3189名/41.9%・女性4421名/58.1%）

調査方法：インターネット調査\*（全国・2003年3月実査）

調査内容：スポーツ／演劇／映画／音楽／アート／書籍／ゲームの7分野に関する同一フレームでの消費実態調査。ジャンル間比較、年代別・興味度別分析が可能。

（設問）興味度／選択基準／好きなジャンル／使った金額・時間・行動／情報源／価値観など

\*インターネット(特にブロードバンド)の普及による消費行動の変化を想定し、先行指標としてネット調査としています。

## トピックス5 いくつかの調査結果をご紹介します

### 1. エンタメ7分野の興味度

各分野に対する興味度を尋ねた結果、「非常に興味がある」と「ある程度興味がある」の合計値が7分野中最も高かったのは映画で85.9%。ついで音楽(82.0%)、書籍(78.9%)の順となった。  
(詳細は下記の通り)

\*興味度を、「H=非常に興味がある」「M=ある程度興味がある」「L=どちらかというに興味がないが接することはある」「N=全く興味なし」の4段階に分けて回答。右のオレンジ部分は「関心あり計(H+M)」の全体平均。

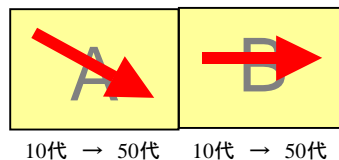
	H	M	L	N	H+M
スポーツ	19.3	38.4	25.9	16.4	57.7
ゲーム	20.9	33.4	23.7	22.0	54.3
映画	40.8	45.1	10.9	3.2	85.9
音楽	33.9	48.1	14.0	4.0	82.0
書籍	37.0	41.9	15.2	5.9	78.9
アート・芸術	13.8	37.7	28.8	19.6	51.5
演劇	15.4	39.6	28.1	16.9	55.0

### 2. 年代別の興味度の推移

分野によって、年代ごとの興味度に異なる傾向が見られた。

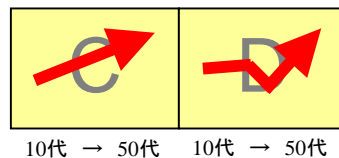
#### A)「音楽」「ゲーム」：【若年型エンタメ】

若者ほど興味が高く、年代が上がるにつれ興味度が低下



#### B)「映画」「書籍」：【ステイ型エンタメ】

年代に関係なく、一定割合の人が興味を持つ



#### C)「スポーツ」「アート」：【成熟型エンタメ】

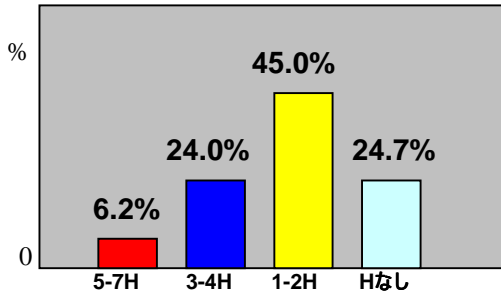
年齢が上がるほど興味度も上昇

#### D)「演劇」：【復活型エンタメ】

10-20代と上昇した興味度がいったん30代で落ち込むが、40-50代でまた盛り返す

### 3. 興味分野の特定化

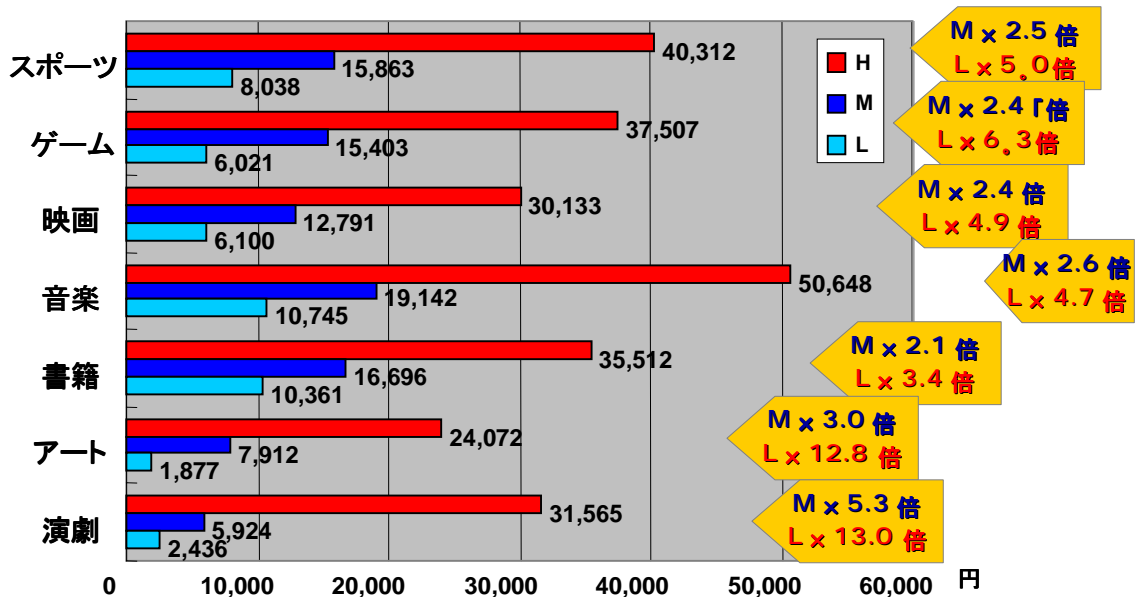
7分野のうち、ひとりが「非常に興味がある(H)」と答えたエンタメ分野の数は平均で1.8。つまり、各分野のH層の重なりは少なく、1人の人間があればこれにも興味を持つというよりは、各個人の興味は特定の分野に集中していることが分かった。



(7分野中、「非常に興味がある」をつけた分野の数)

#### 【興味度の差による消費金額比較】

興味度H / M / L層(前出) による比較では、7ジャンル全てにおいてH層(非常に興味がある)が他の層より圧倒的に高い消費パワーを持っていることがわかった。



## 4. コンテンツの選択ポイント

7分野のそれぞれについて、どのような点を重視してコンテンツを選択するかを聞いたところ、「ジャンル(7分野平均・73.7%)」と「好きな人物やチーム(同・56.9%)」が圧倒的に高く、ついで「友人間で人気・話題のもの(32.3%)」が挙がった。

### 【選択ポイントの年代的特徴】

(全体に上位を占める「ジャンル」「好きな人物」以外での年代的特徴)

- ・10～20代では「ランキング上位」や「友人の間で話題のもの」が高い「ノイズ」重視型。
- ・40～50代では「受賞作品」「専門家などのオススメ情報」に重きを置く「権威」尊重型。

### 【年代別人気ジャンル】

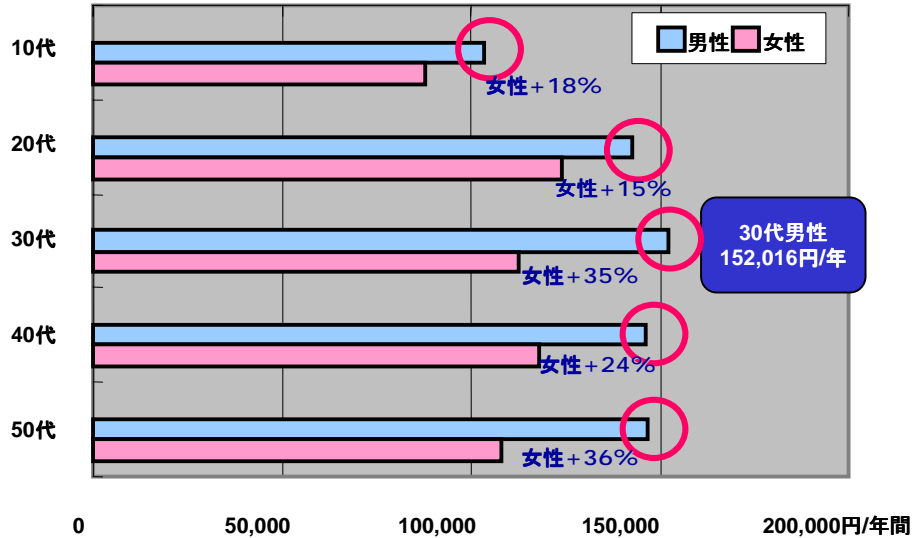
年代ごとの7分野の人気ジャンルは下記の通り。

	10代			20代			30代			40代			50代		
	1位	%	2位	1位	%	2位	1位	%	2位	%	3位	1位	%	2位	%
スポーツ	1位	62.9	サッカー	1位	63.2	野球	1位	63.2	野球	68.1	野球	1位	68.1	野球	74.2
	2位	53.6	野球	2位	61.2	サッカー	2位	60.1	サッカー	63.2	サッカー	2位	63.2	サッカー	58.4
	3位	33.4	バレーボール	3位	33.9	格闘技	3位	30.6	テニス	27.4	相撲	3位	27.4	相撲	32.4
	4位	27.0	バスケットボール	4位	24.8	バレーボール	4位	29.6	モータースポーツ	25.7	陸上	4位	25.7	陸上	32.3
	5位	24.6	水泳	5位	21.1	テニス	5位	21.5	スキー	24.2	水泳	5位	24.2	水泳	29.8
ゲーム	1位	77.2	RPG	1位	71.7	RPG	1位	60.4	RPG	54.3	パズル	1位	54.3	パズル	49.2
	2位	52.6	シュミレーション	2位	50.8	シュミレーション	2位	47.8	パズル	43.7	麻雀・パチンコ・パチスロ	2位	43.7	麻雀・パチンコ・パチスロ	38.3
	3位	51.6	アクション	3位	40.8	パズル	3位	42.9	シュミレーション	37.4	RPG	3位	37.4	RPG	30.8
	4位	38.8	アドベンチャー	4位	32.9	アドベンチャー	4位	29.0	アドベンチャー	24.4	シュミレーション	4位	24.4	シュミレーション	26.9
	5位	33.9	パズル	5位	31.7	アクション	5位	24.9	麻雀・パチンコ・パチスロ	23.5	アドベンチャー	5位	23.5	アドベンチャー	16.6
映画	1位	52.4	アクション・アドベンチャー	1位	63.9	アクション・アドベンチャー	1位	69.6	アクション・アドベンチャー	69.5	人間ドラマ	1位	69.5	人間ドラマ	61.1
	2位	56.2	コメディ	2位	58.6	コメディ	2位	57.0	SF	55.7	アクション・アドベンチャー	2位	55.7	アクション・アドベンチャー	56.3
	3位	49.9	人間ドラマ	3位	56.8	人間ドラマ	3位	55.0	人間ドラマ	51.7	ラブロマンス	3位	51.7	ラブロマンス	42.8
	4位	43.9	SF	4位	50.1	SF	4位	51.0	コメディ	48.7	SF	4位	48.7	SF	42.0
	5位	42.4	ラブロマンス	5位	43.0	ラブロマンス	5位	45.0	ラブロマンス	43.7	コメディ	5位	43.7	コメディ	39.2
音楽	1位	84.5	J-POP	1位	83.4	J-POP	1位	77.2	J-POP	68.3	ポップス・歌謡曲	1位	68.3	ポップス・歌謡曲	62.2
	2位	40.0	ロック	2位	44.4	ポップス・歌謡曲	2位	57.1	ポップス・歌謡曲	63.5	クラシック	2位	63.5	クラシック	49.5
	3位	32.7	ポップス・歌謡曲	3位	41.3	ロック	3位	40.7	クラシック	36.8	J-POP	3位	36.8	J-POP	37.1
	4位	31.5	J-インディーズ	4位	32.1	クラシック	4位	29.8	ロック	30.2	サウンドトラック	4位	30.2	サウンドトラック	30.1
	5位	27.3	R&B	5位	27.0	R&B	5位	25.3	サウンドトラック	23.7	ジャズ・フュージョン	5位	23.7	ジャズ・フュージョン	27.3
書籍	1位	73.2	まんが	1位	61.9	SF・ミステリー・推理小説	1位	64.2	SF・ミステリー・推理小説	70.9	SF・ミステリー・推理小説	1位	70.9	SF・ミステリー・推理小説	66.8
	2位	59.7	SF・ミステリー・推理小説	2位	58.8	ノンフィクション	2位	53.3	ノンフィクション	55.1	ノンフィクション	2位	55.1	ノンフィクション	57.1
	3位	37.4	恋愛小説	3位	48.2	まんが	3位	47.4	歴史・時代小説	37.7	歴史・時代小説	3位	37.7	歴史・時代小説	48.6
	4位	32.2	ノンフィクション	4位	37.2	歴史・時代小説	4位	33.0	まんが	33.2	紀行・エッセイ	4位	33.2	紀行・エッセイ	36.5
	5位	23.4	歴史・時代小説	5位	29.3	恋愛小説	5位	29.1	紀行・エッセイ	32.5	恋愛小説	5位	32.5	恋愛小説	24.1
アート・芸術	1位	67.0	絵画	1位	81.7	絵画	1位	83.1	絵画	85.0	絵画	1位	85.0	絵画	89.0
	2位	60.0	写真	2位	53.8	写真	2位	47.3	写真	42.6	陶芸・工芸	2位	42.6	陶芸・工芸	44.9
	3位	59.0	グラフィックデザイン・CG	3位	42.1	グラフィックデザイン・CG	3位	31.3	陶芸・工芸	32.7	写真	3位	32.7	写真	41.1
	4位	50.2	アニメーション	4位	33.3	彫刻・オブジェ	4位	30.5	彫刻・オブジェ	27.0	グラフィックデザイン・CG	4位	27.0	グラフィックデザイン・CG	15.8
	5位	19.7	彫刻・オブジェ	5位	29.0	アニメーション	5位	28.1	アニメーション	25.9	アニメーション	5位	25.9	アニメーション	8.4
演劇	1位	66.4	お笑い	1位	53.4	芝居	1位	54.4	芝居	55.9	芝居	1位	55.9	芝居	60.8
	2位	44.1	ミュージカル	2位	52.8	ミュージカル	2位	54.1	ミュージカル	57.9	ミュージカル	2位	57.9	ミュージカル	53.6
	3位	38.2	芝居	3位	52.3	お笑い	3位	45.6	お笑い	45.9	お笑い	3位	45.9	お笑い	40.9
	4位	21.8	サーカス・曲芸	4位	23.6	サーカス・曲芸	4位	27.0	サーカス・曲芸	24.1	伝統芸能	4位	24.1	伝統芸能	29.6
	5位	15.6	バレエ・ダンス	5位	15.9	バレエ・ダンス	5位	17.1	バレエ・ダンス	20.1	バレエ・ダンス	5位	20.1	バレエ・ダンス	21.8

## 5. 消費金額

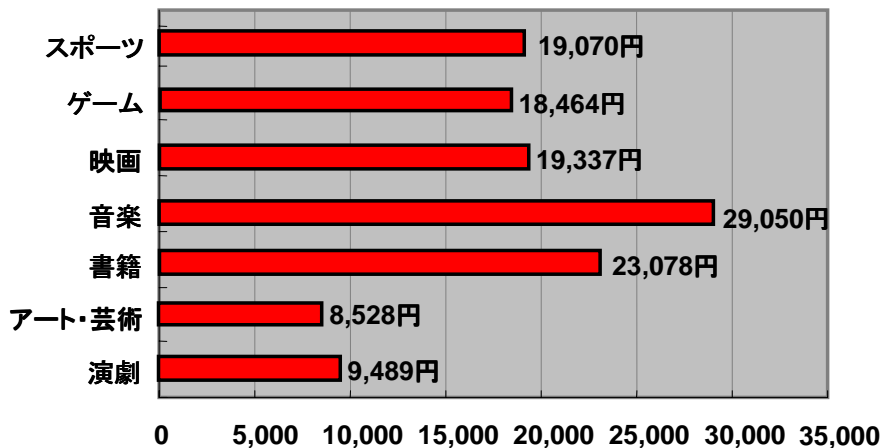
### 【7分野合計の年間消費金額】

7分野を合計した年間の消費金額を性年代別に比較すると、最も多く消費しているのは30代男性で152,016円。40~50代もおおきな消費パワーを持っており、また10代~50代までの全年代で、男性の方が女性より多くの金額を使っていることが明らかになった。



### 【7分野の消費金額比較】

年間に各分野に使った金額の全体平均では、音楽が最も多く29,050円、ついで書籍が23,078円となった。(詳細は下記グラフ)。

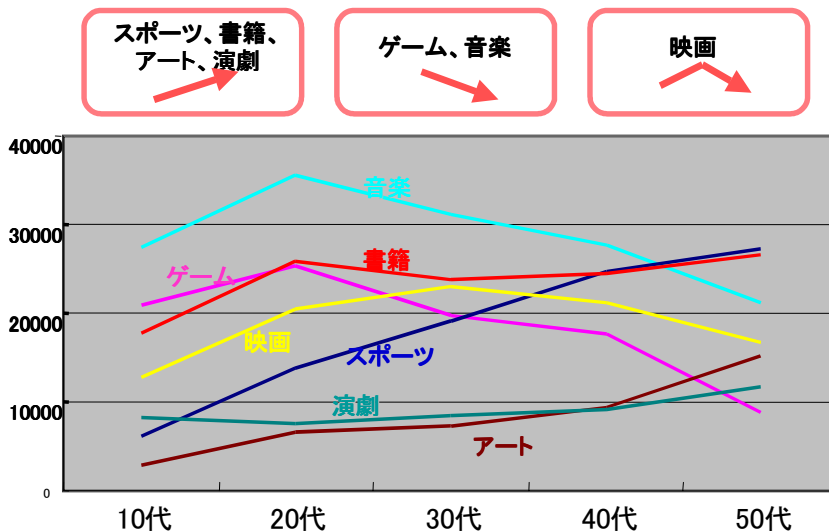


\* 金額は、年間に使ったライブ鑑賞・観戦料(試合やコンサートなど)、パッケージ商品購入/レンタル料(CD・DVDなど)、関連グッズ購入、関連有料情報、その他の合計金額。

## 【年代別・7分野の消費金額】

消費金額の年代別推移では、

- ・スポーツ・書籍・アート/芸術・演劇の4分野は、年齢と共に消費金額が増加
  - ・ゲームと音楽は20代をピークとした若者主導の消費
  - ・映画は30代をピークにしたヤマ型の消費
- であることがわかった。



調査に関するお問合せは、博報堂研究開発局 田中双葉までお願い致します。

電話 03-5446-6485

ファックス 03-5446-6490

eメール FUTABA.TANAKA@hakuodo.co.jp

## 調査結果ダイジェスト

### 1. 映画、音楽、書籍が興味度トップ3

### 2. 年代による興味度推移の4タイプ

(1)若年型(年代が上がると興味度が低下する)

①音楽 ②映画

(2)ステイ型(年代にかかわらず一定の興味度)

①映画 ②書籍

(3)成熟型(年代が上がるほど興味度が上昇)

①スポーツ ②アート

(4)復活型(若年層と高齢層の二層で上昇)

①演劇

### 3. 興味分野の特定化～「なんでもござれ」は少数派

個人の興味分野は1～2分野に集中される傾向が強い。

### 4. 選択ポイントは「ジャンル」「ごひいき」「話題性」

コンテンツ選択の決め手となるポイントは、「好きなジャンル」「好きな人物・チーム」に加え「友人からの口コミや話題性」といった「あなた任せ」も上位にランクされた

### 5. 消費金額は「男性＞女性」、性・年代別では30代男性がトップ