産業能率大学生を対象としたメディア・コンテンツ利用調査 2020

1. **調査概要** 2

2. **スマートフォン利用状況** 2

- ◆ 所有状況（性別） 2
- ◆ 契約会社（学部・性別・学年別） 2
- ◆ 契約会社の推移（docomo・au・Softbank） 3
- ◆ iPhone VS. Android（2012～2020 の推移） 3

3. **SNS 利用状況** 4

- ◆ SNS の利用 4

4. **メディア利用状況** 5

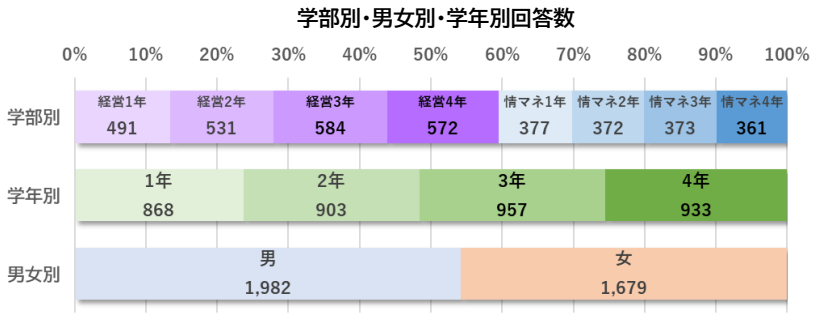
- ◆ 一日の平均利用時間 5

5. **コンテンツの利用環境、および関心のあるコンテンツ** 7

- ◆ 現在利用している音楽の定額配信サービス 7
- ◆ 現在利用している映像の定額配信サービス 8
- ◆ この 1 年間で、あなたがお金を使った項目（2019-2020 比較） 9
- ◆ 興味を持っているコンテンツの情報源としてよく使っているもの 9
- ◆ 「e スポーツ」について 10

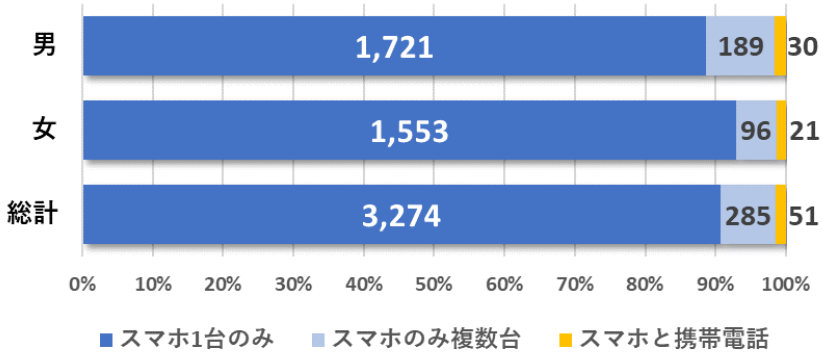
1. 調査概要

対象:産業能率大学学生
方法:Web アンケートによる
期間:2020 年 4 月 1 日~6 月 30 日
項目　1.スマートフォン利用状況
　　2.SNS 利用状況
　　3.メディア利用状況
　　4.コンテンツの利用環境
　　5.e スポーツへの関心
　　6.今関心のあるコンテンツ
有効回答数　3,661 名　（2020 年 5 月 1 日現在の在籍学生の 92.7%）

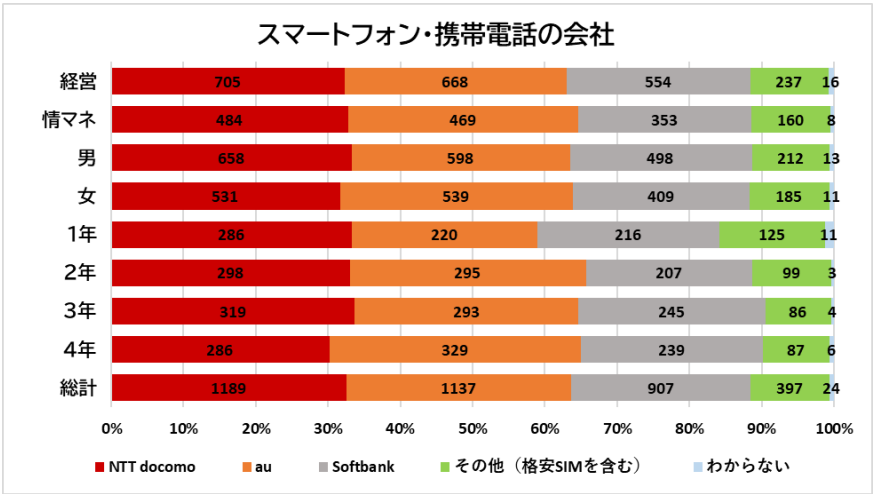


2. スマートフォン利用状況

所有状況(性別)

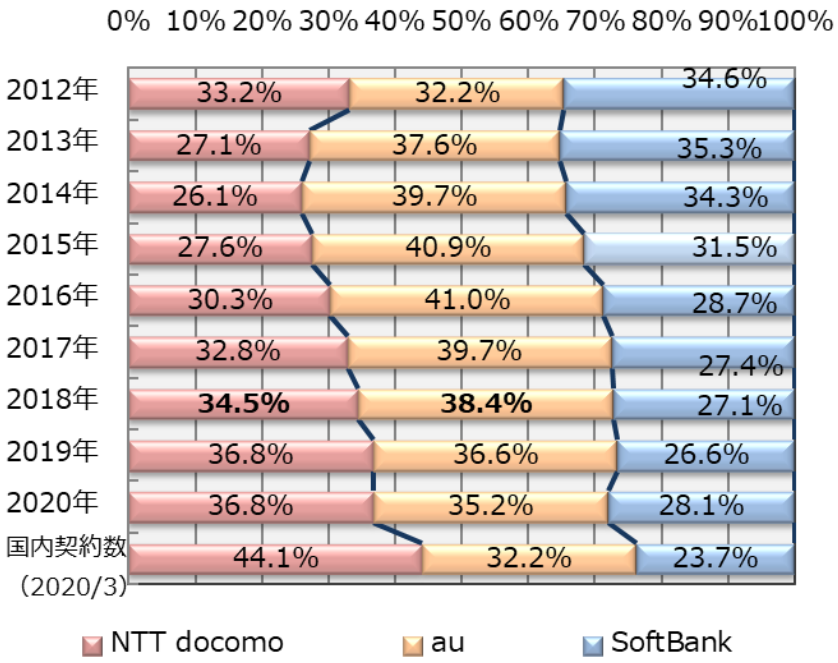


契約会社(学部・性別・学年別)



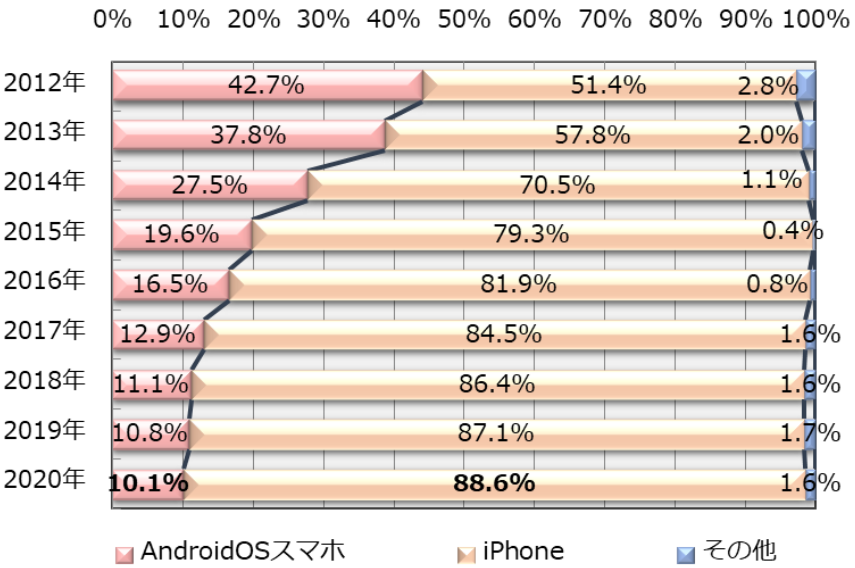
3 キャリア以外のいわゆる格安スマホが年々増加
✧ 2016 年 2.1%（ 67 人）
✧ 2017 年 4.1%（143 人）
✧ 2018 年 6.0%（204 人）
✧ 2019 年 8.4%（268 人）
✧ 2020 年10.8%（397 人）

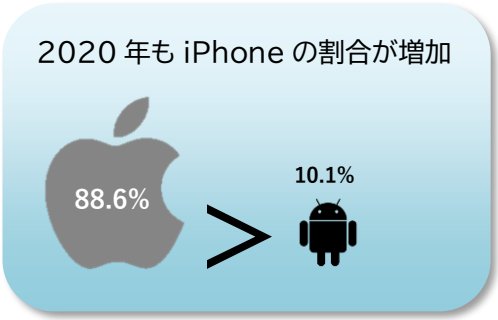
契約会社の推移(docomo・au・Softbank)



【参考】一般社団法人電気通信事業者協会　事業者別契約数　http://www.tca.or.jp/database/

iPhone VS. Android(2012~2020 の推移)



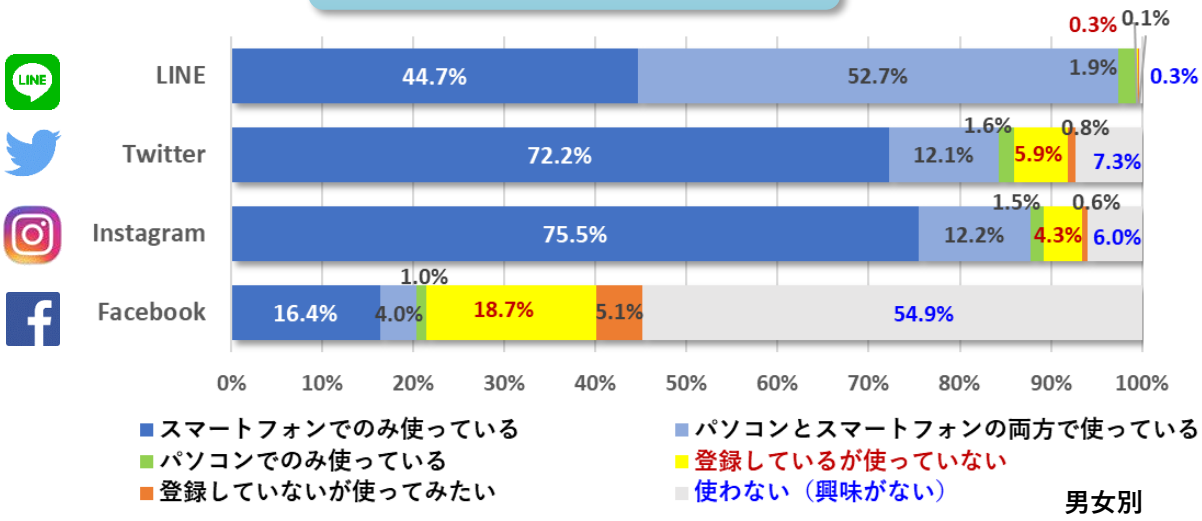


3. SNS 利用状況

SNS の利用

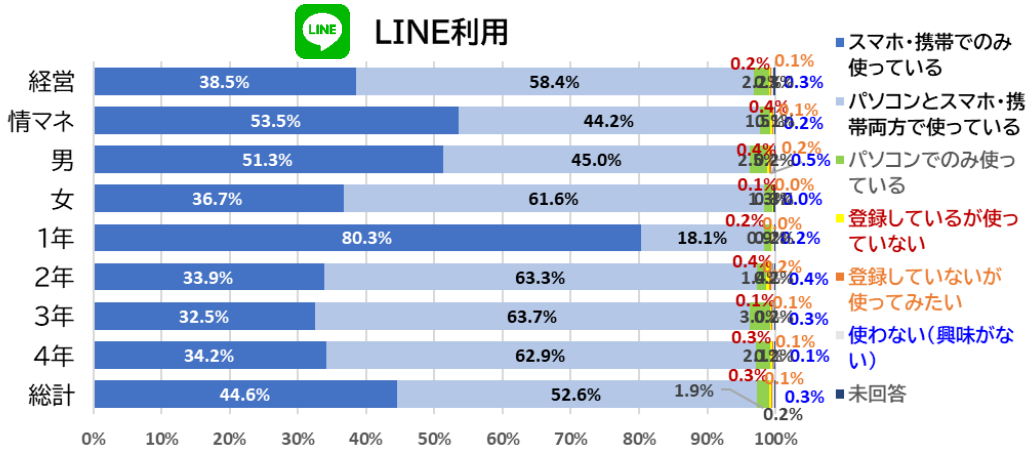
全体

LINE はパソコンでも使う学生が増加
Facebook 離れは 2020 年も進む

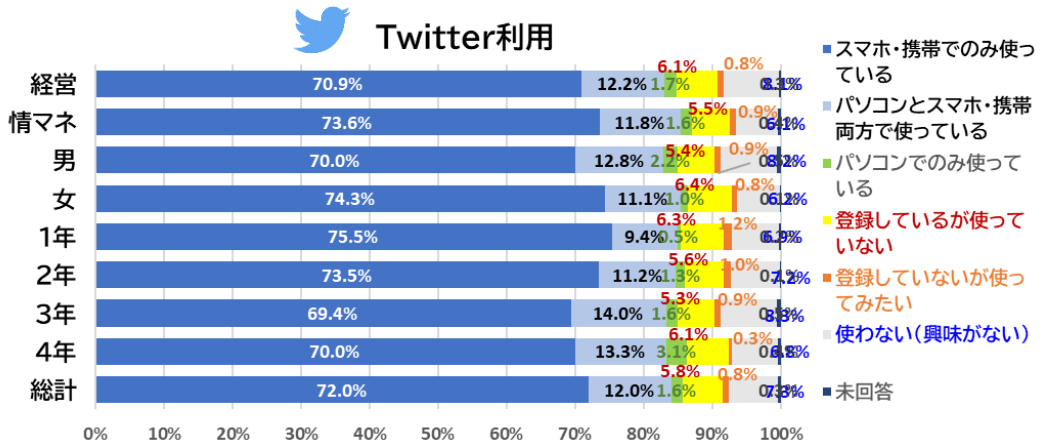


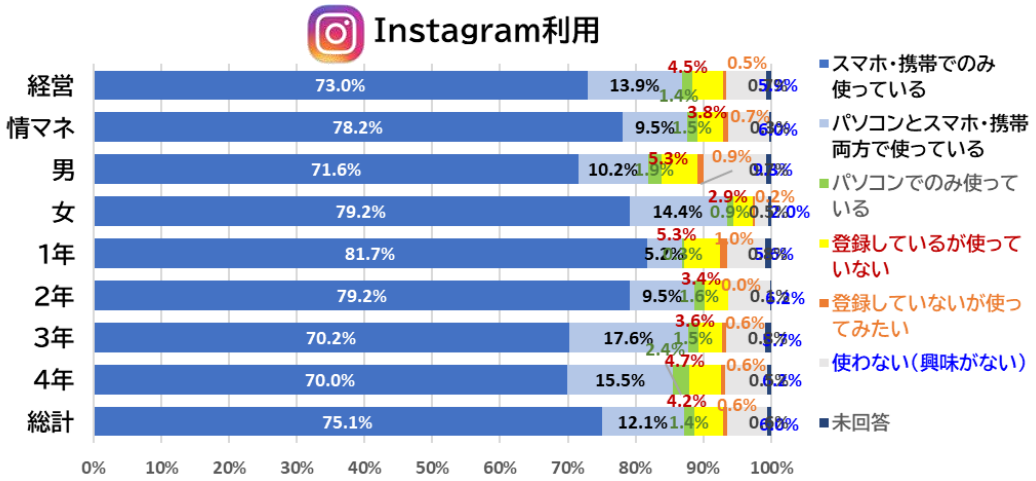
男女別

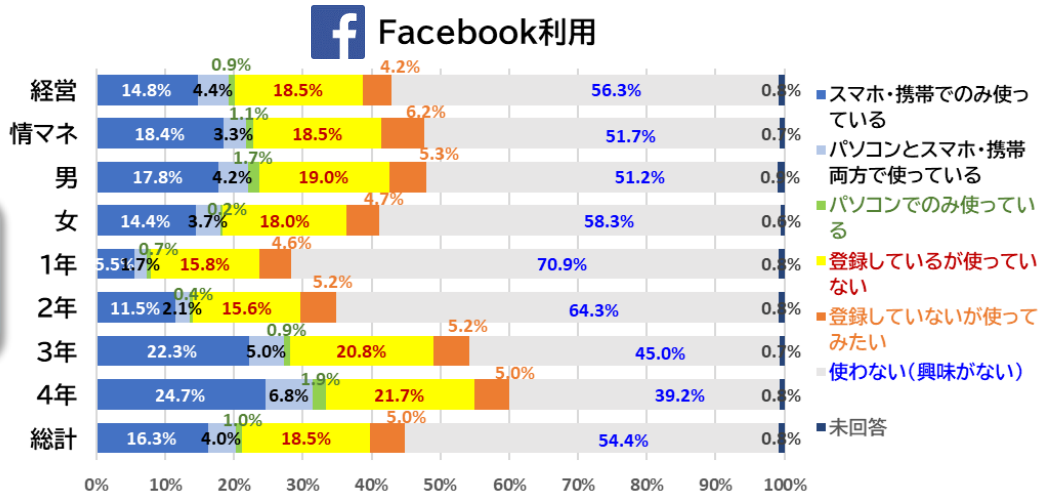
学部・男女・学年別



1 年生は「スマホでのみ使う」割合が高い





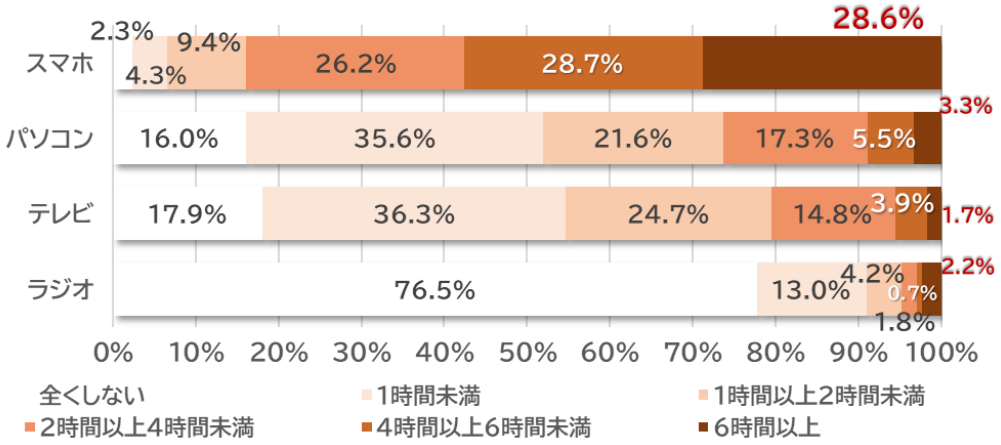


学年が上がると利用率は上がるが、年々割合は低下

4. メディア利用状況

◆ 一日の平均利用時間

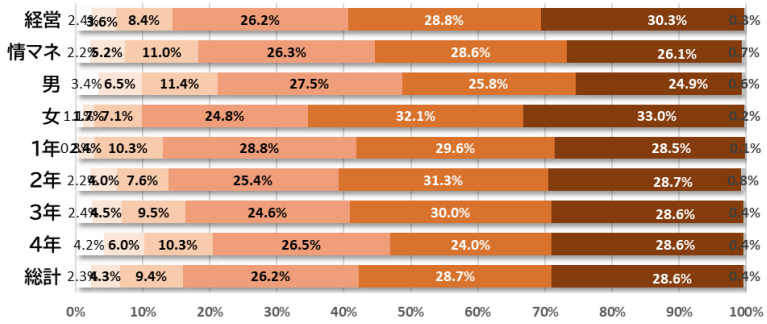
全体



スマホ
6 割近くが 1 日平均 4 時間以上利用、3 割近くが 1 日平均 6 時間以上利用
昨年より増加

学部・男女・学年別

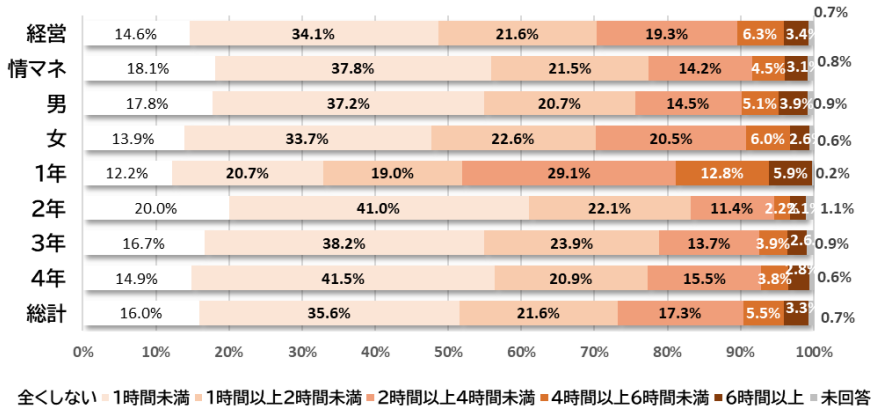
スマートフォン・携帯電話を使う



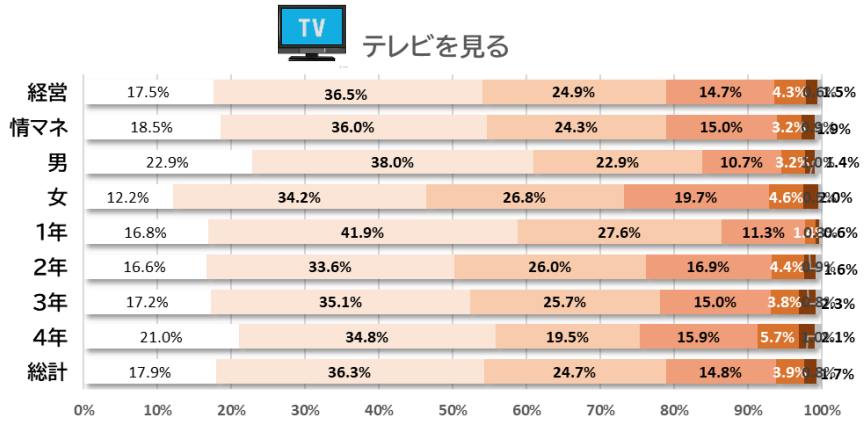
女子学生は、男子学生よりもスマホに時間を費やす割合が高い

パソコンに時間を使う学生は昨年よりやや増加（オンライン授業の影響）

パソコンを使う

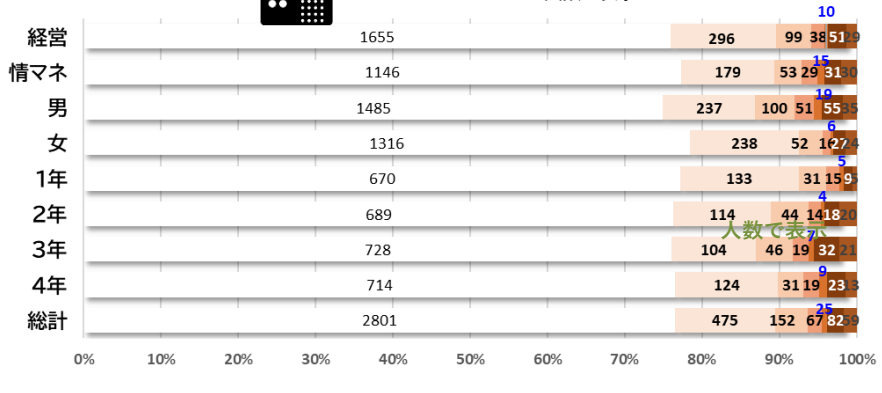


テレビを見る



ラジオを聴く

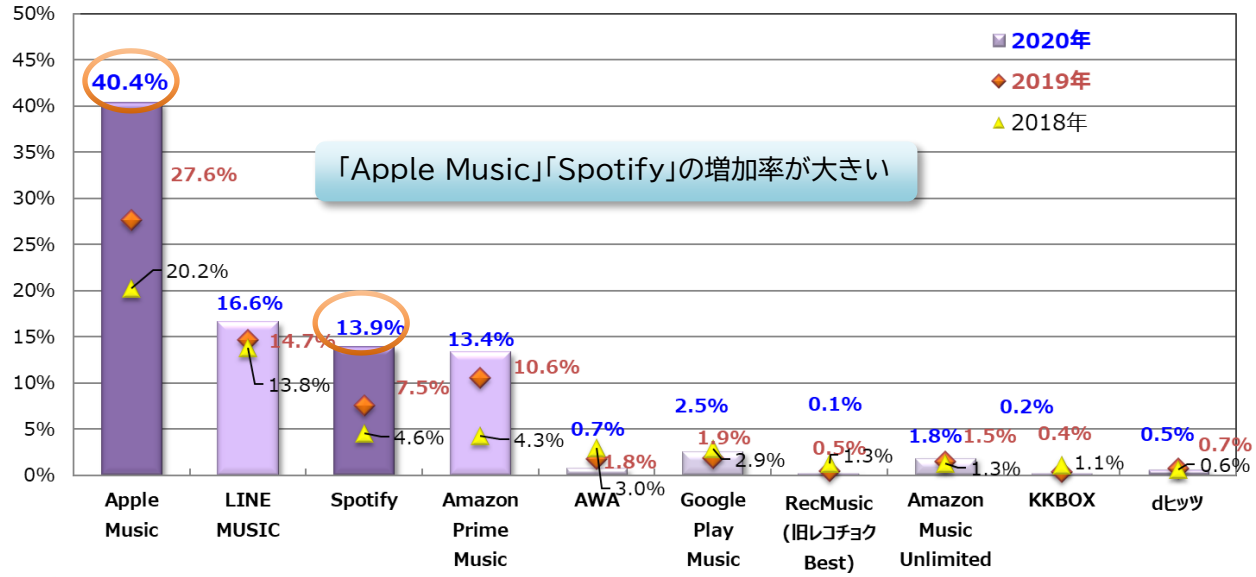
人数で表示



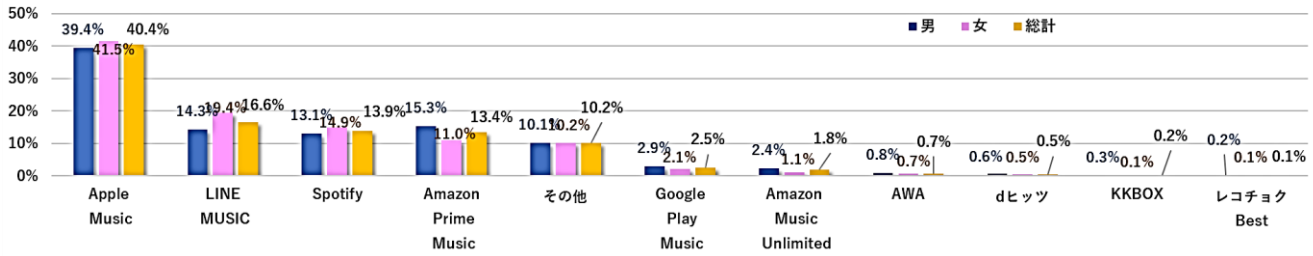
5. コンテンツの利用環境、および関心のあるコンテンツ

◆ 現在利用している音楽の定額配信サービス

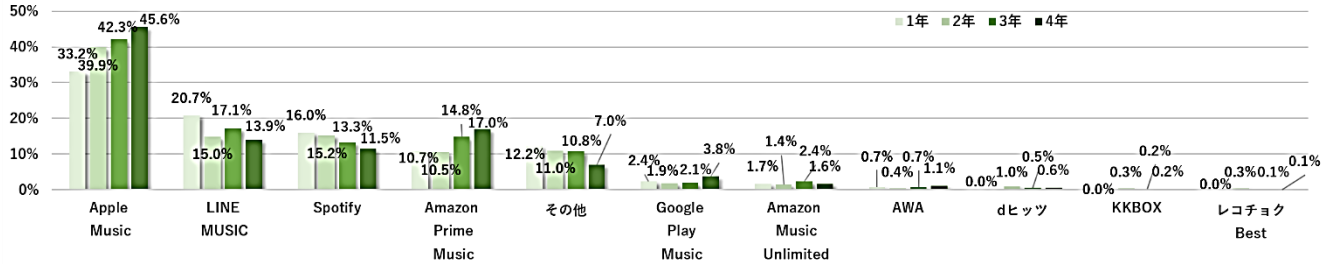
全体 2018~2020



男女別



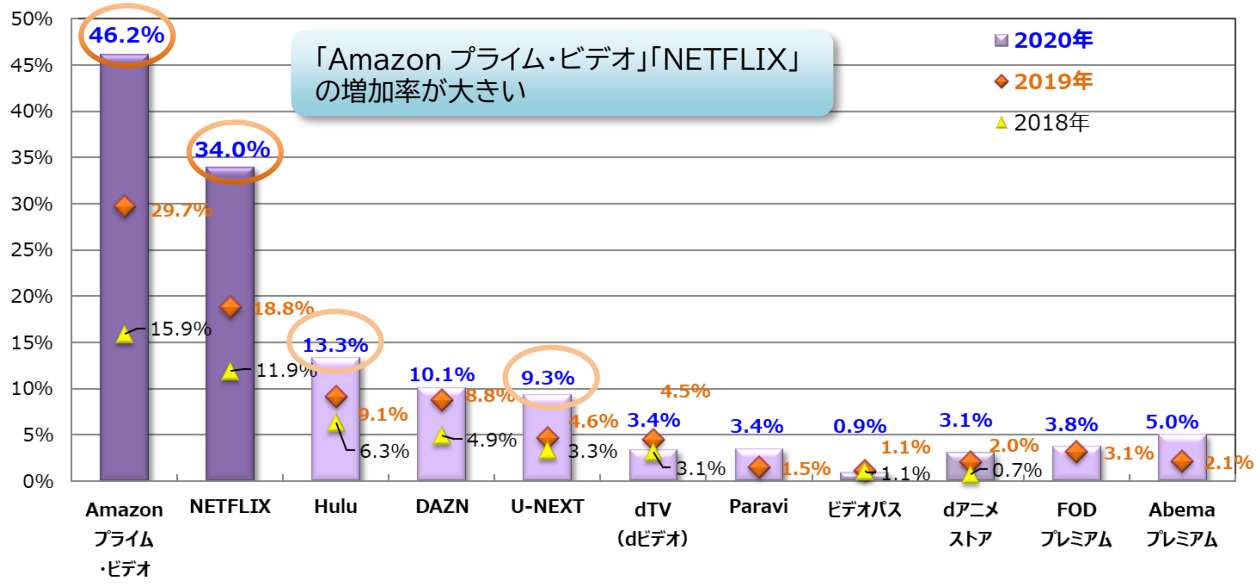
学年別



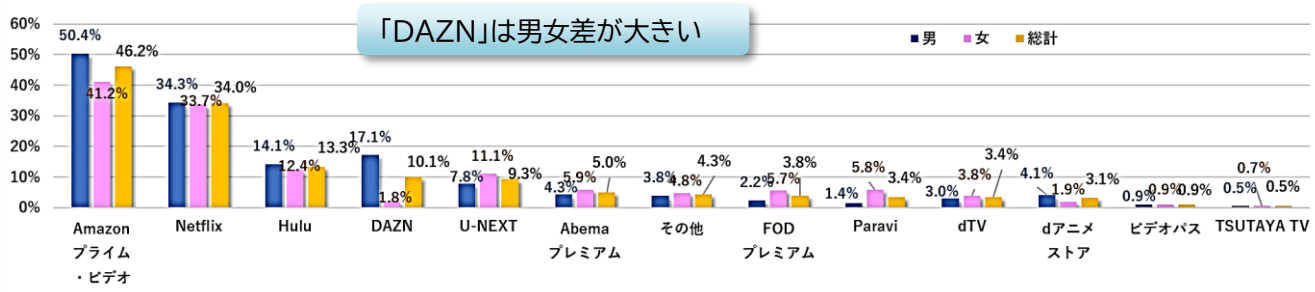
定額配信は全体に大きく増加。
「利用しない」学生の割合は減少(2019 年 39.5%⇒2020 年 24.3%)。

現在利用している映像の定額配信サービス

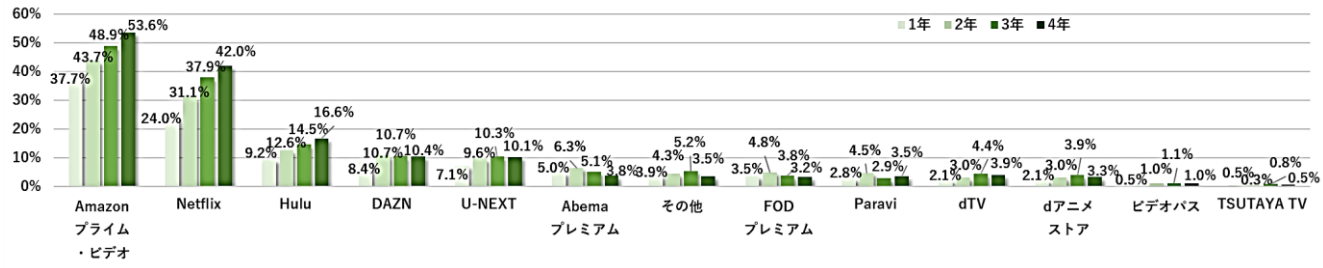
全体 2018~2020



男女別



学年別



動画の定額配信は音楽の定額配信より利用率が高い。
「利用しない」学生の割合も減少(2019 年 44.6%⇒2020 年 25.2%)。

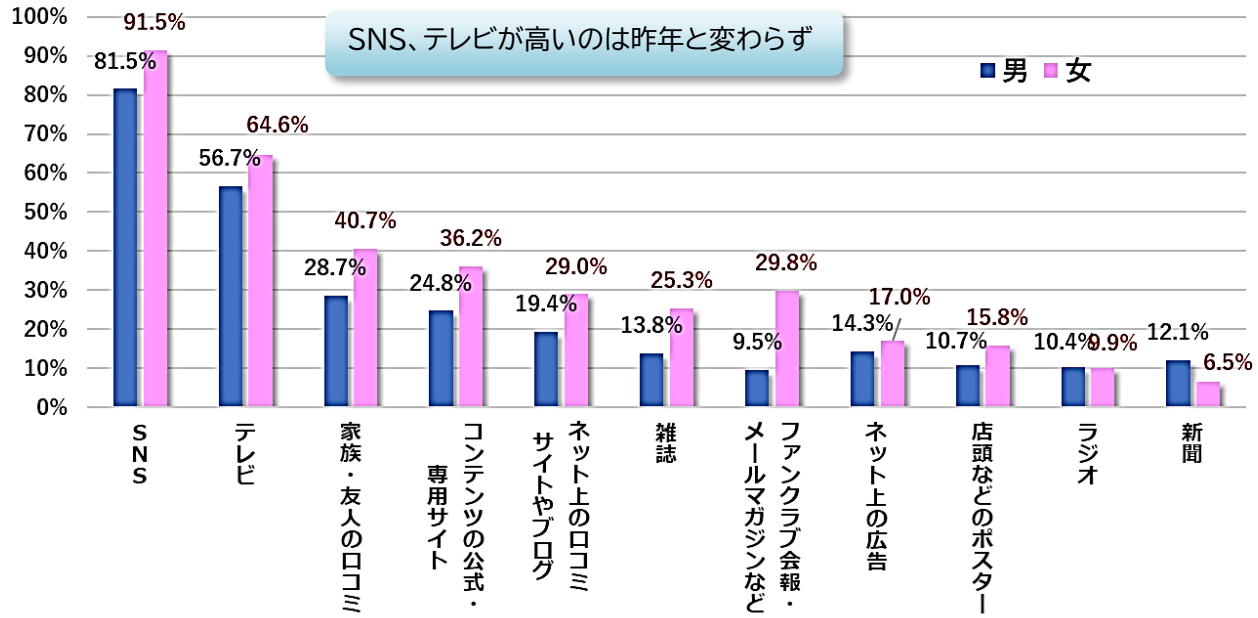
この１年間で、あなたがお金を使った項目（2019-2020 比較）

項目	男2020	男2019	女2020	女2019	総計2020	総計2019
映画館鑑賞チケットの購入	44.2%	44.1%	53.8%	59.1%	48.6%	50.8%
音楽・映画・スポーツ以外のイベント・テーマパーク・レジャー施設・展覧会等チケットの購入	35.6%	34.7%	54.0%	55.9%	44.0%	44.2%
音楽関連ライブ・コンサートチケットの購入	29.5%	30.2%	53.6%	52.6%	40.6%	40.3%
音楽・映像の定額配信料	**35.0%**	23.4%	**36.9%**	19.7%	**35.9%**	21.7%
グッズ・関連商品の購入	25.9%	23.5%	**45.4%**	40.2%	34.9%	31.0%
音楽CD・DVD・BDの購入	27.5%	30.9%	43.1%	40.5%	34.7%	35.2%
コミック（マンガ）の購入	**38.5%**	32.0%	**26.3%**	22.0%	**32.9%**	27.5%
コミック以外の関連書籍・雑誌の購入	**28.3%**	20.6%	**31.0%**	23.9%	**29.6%**	22.1%
ファンクラブの会費や関連サービス等	15.7%	14.8%	**42.3%**	36.0%	27.9%	24.3%
ゲームソフトの購入	**36.2%**	26.0%	**17.8%**	5.7%	**27.8%**	16.9%
スポーツ観戦チケットの購入	24.6%	28.2%	10.1%	11.4%	17.9%	20.7%
音楽CD・DVD・BDのレンタル	11.0%	15.2%	11.5%	16.9%	11.3%	15.9%
聖地巡礼など関連場所への旅行	9.8%	8.5%	12.4%	12.1%	11.0%	10.1%
音楽・映像の定額配信を除く有料ダウンロード	10.9%	8.5%	8.3%	7.5%	9.8%	8.0%

2020 年**青字**:かなり増加　赤字:かなり減少

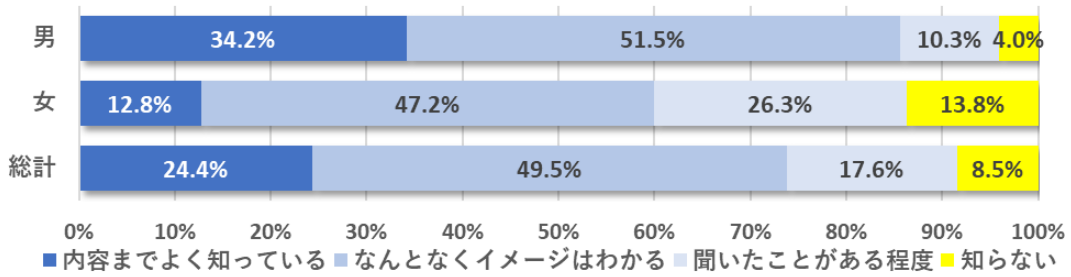
STAY HOME 消費の増加:音楽・映像の定額配信料、コミック・マンガの購入、ゲームソフトの購入

興味を持っているコンテンツの情報源としてよく使っているもの

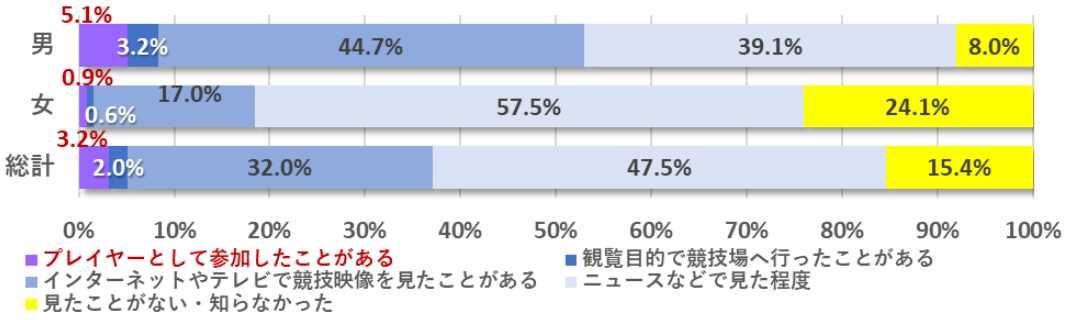


「e スポーツ」について

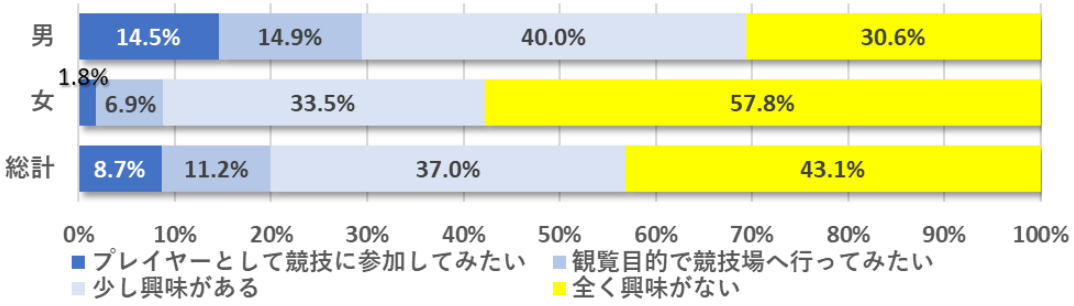
認知度



参加経験



関心



昨年から、認知度はやや上がったが、変化はあまり見られない