

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 2024

調査概要	2
1. 学部別・男女別・学年別回答数	2
2. スマートフォン利用状況	3
◆ 契約会社(学部・性別・学年別)	3
◆ 3 キャリア以外のいわゆる格安スマホ率の変化	3
◆ 契約会社の推移(docomo・au・Softbank の 3 キャリアのみの割合)	3
◆ iPhone VS. Android(2012～2024 の推移)	4
◆ 5G 利用	4
3. SNS 利用状況	5
◆ 利用状況	5
◆ 利用頻度	7
4. メディア利用状況	9
◆ 一日の平均利用時間	9
5. コンテンツの利用環境、および関心のあるコンテンツ	10
◆ 現在利用している音楽の定額配信サービス(複数選択)	10
◆ 現在利用している映像の定額配信サービス(複数選択)	11
◆ 今利用している電子書籍サービス・アプリ(複数選択)	12
◆ 今所有して使っているゲーム機(複数選択)	13
◆ この 1 年間で、あなたがお金を使った項目(2023-2024 比較)	14
6. 「推し」について	15
◆ 「推し」がいるか	15
◆ 「推し」の対象(複数選択)	15
◆ 「推し活」の内容(複数選択)	16
7. 「e スポーツ」について	17
◆ 認知度・参加度	17
◆ 関心	17

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:2024 年 4 月 5 日～6 月 22 日

項目 1.学部別・男女別・学年別回答数

2.スマートフォン利用状況

3.SNS 利用状況

4.メディア利用状況

5.コンテンツの利用環境

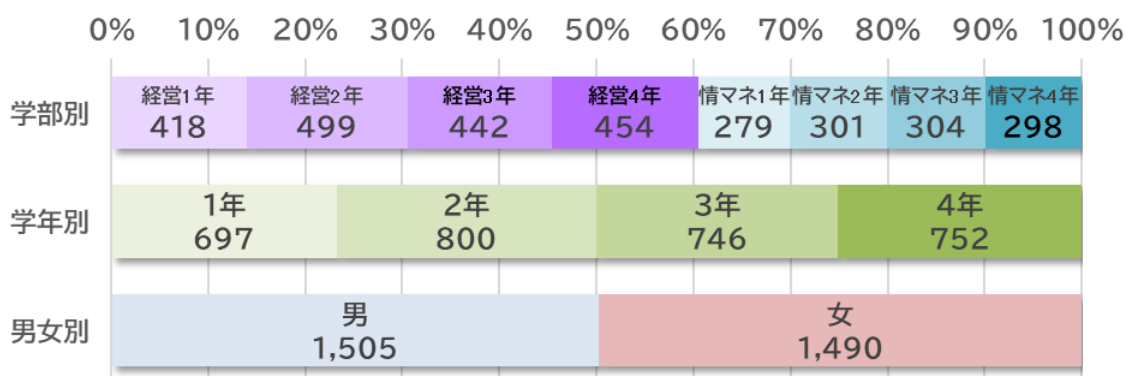
6.「推し」について

e スポーツへの関心

7.今関心のあるコンテンツ

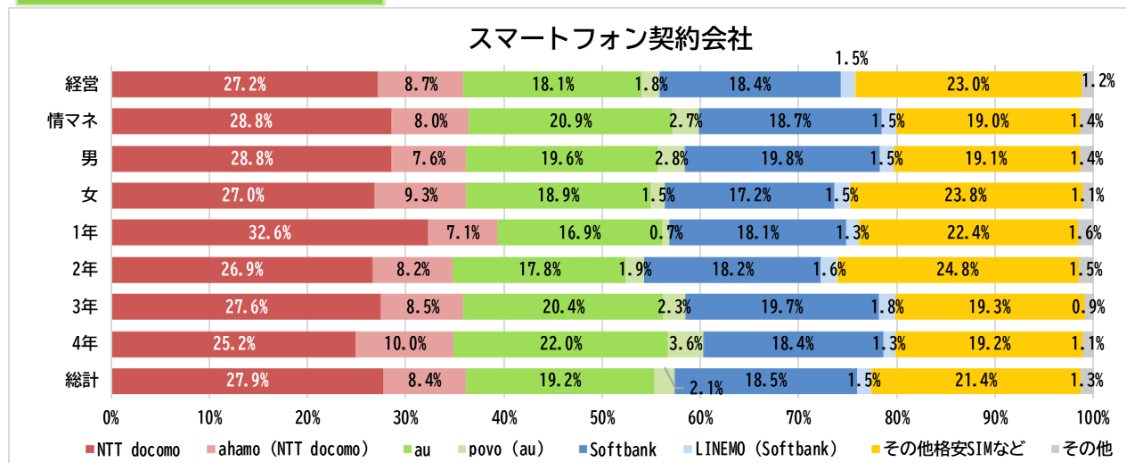
有効回答数 2,995 (2024 年 5 月 1 日現在の在籍学生の 75.5%)

1. 学部別・男女別・学年別回答数

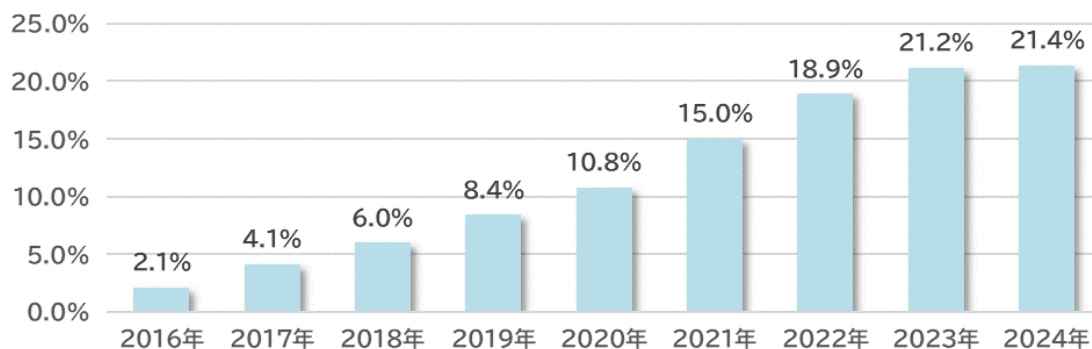


2. スマートフォン利用状況

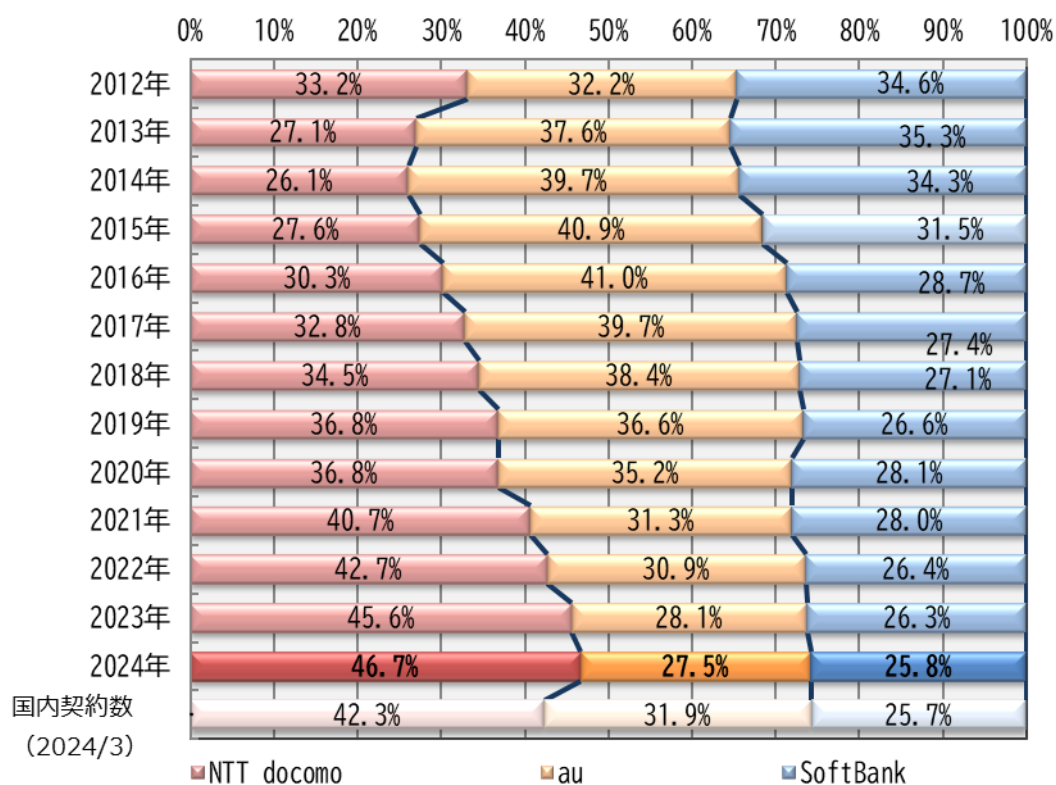
◆ 契約会社(学部・性別・学年別)



◆ 3キャリア以外のいわゆる格安スマホ率の変化



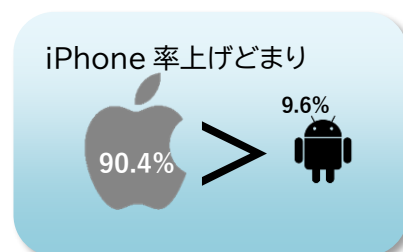
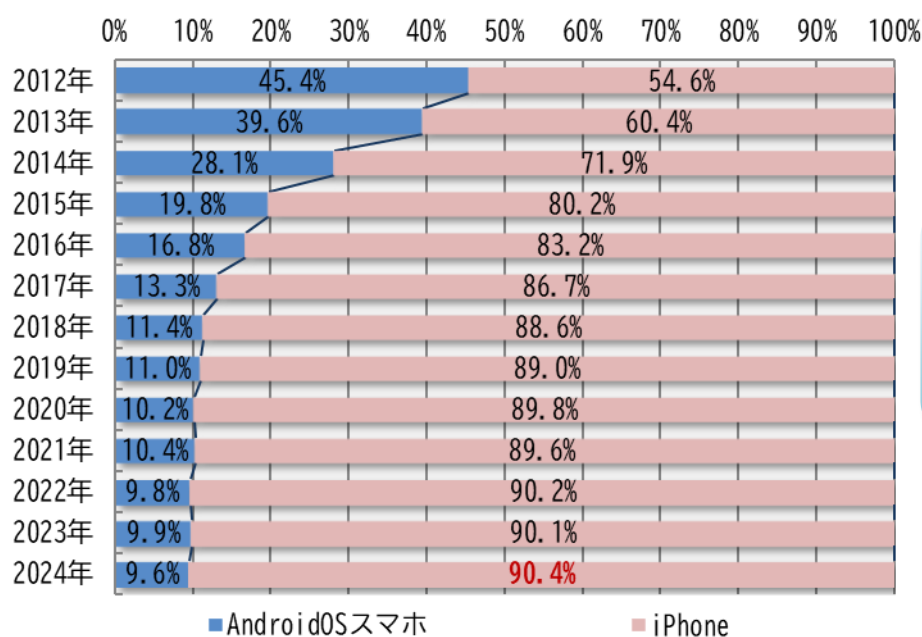
◆ 契約会社の推移(docomo・au・Softbank の3キャリアのみの割合)



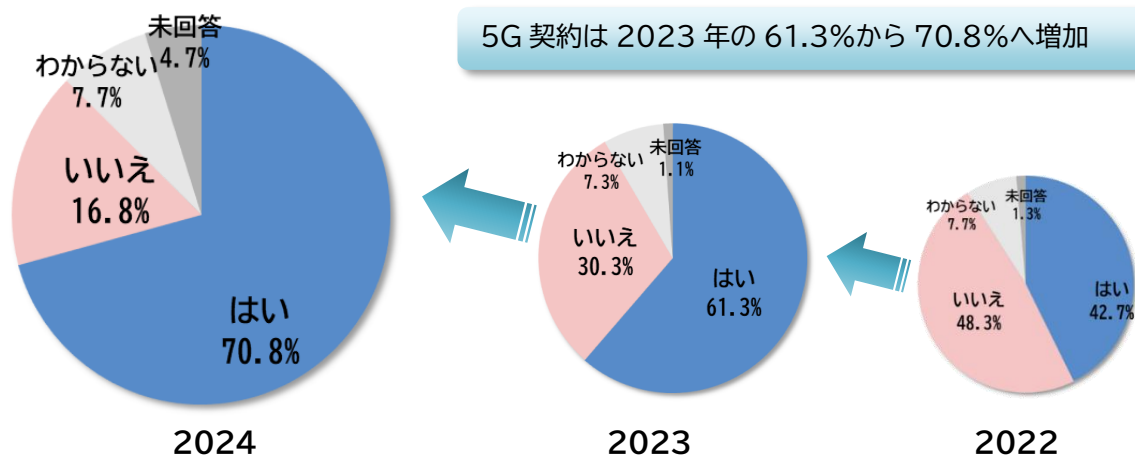
【参考】一般社団法人電気通信事業者協会 事業者別契約数 <http://www.tca.or.jp/database/>

◆ iPhone VS. Android(2012~2024 の推移)

*Android・iPhone 回答者で比較



◆ 5G 利用

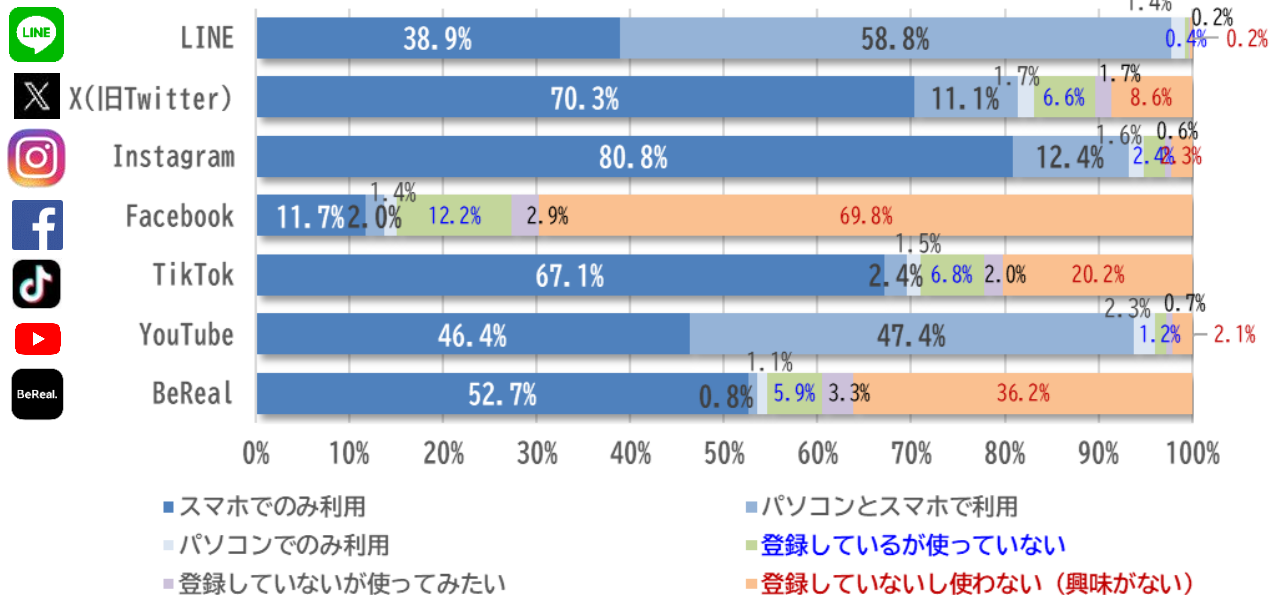


3. SNS 利用状況

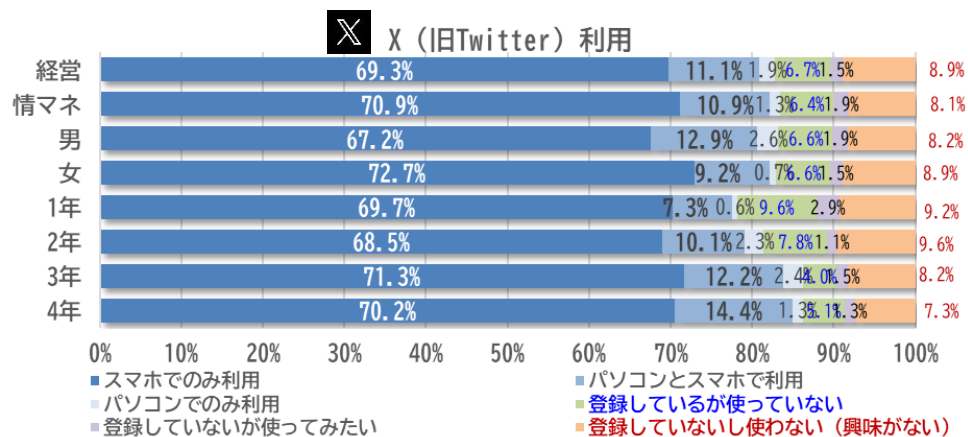
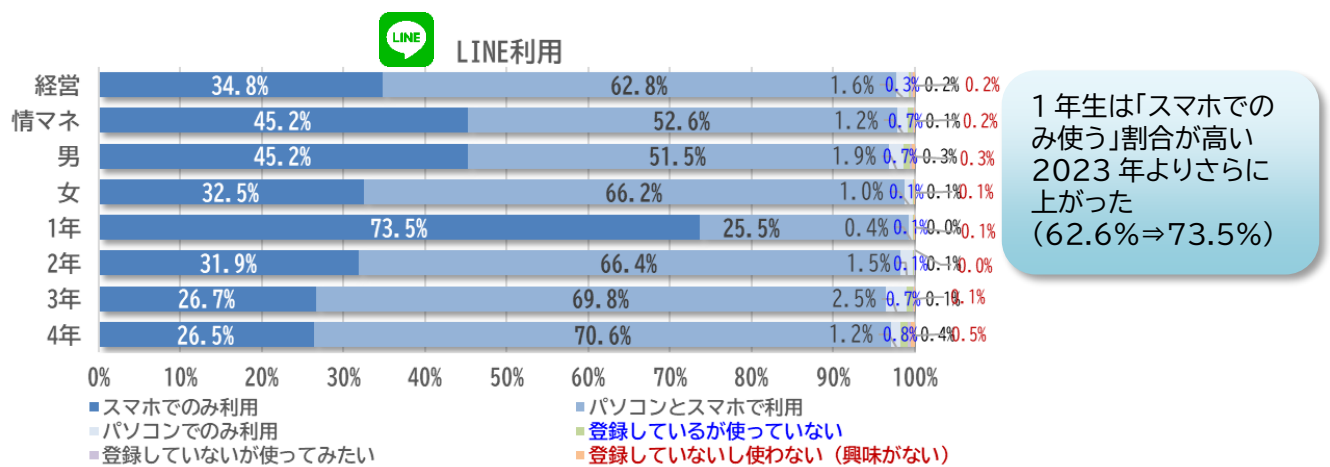
◆ 利用状況

全体

LINE・YouTube は多くの学生がパソコンでもスマートフォンでも使う

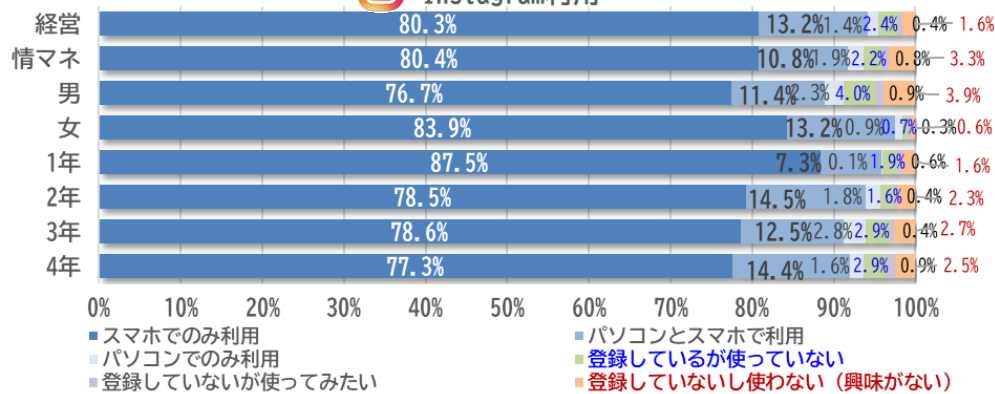


学部・男女・学年別





Instagram利用

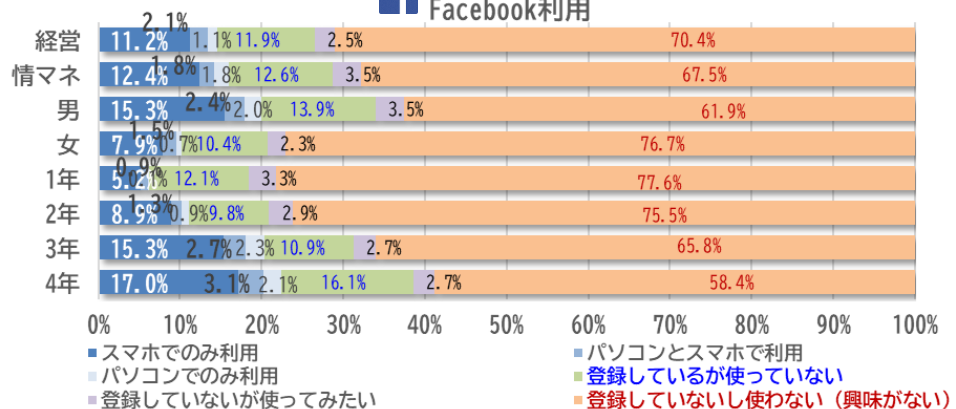


1年生のスマホのみ
利用率が高い

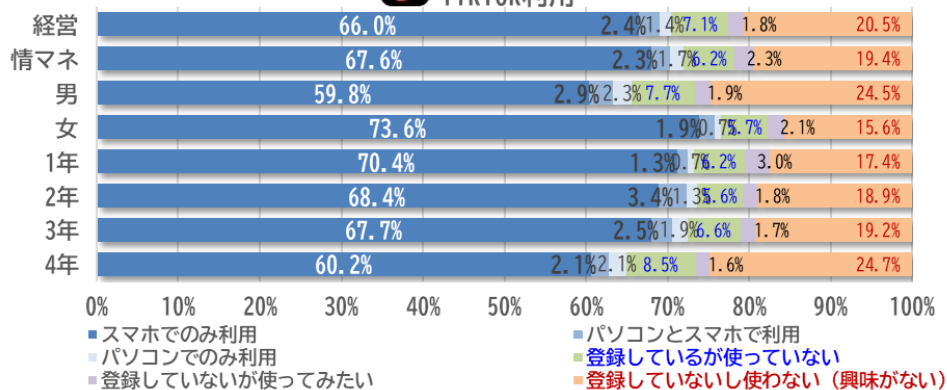
学生の利用度は
変わらず低い



Facebook利用



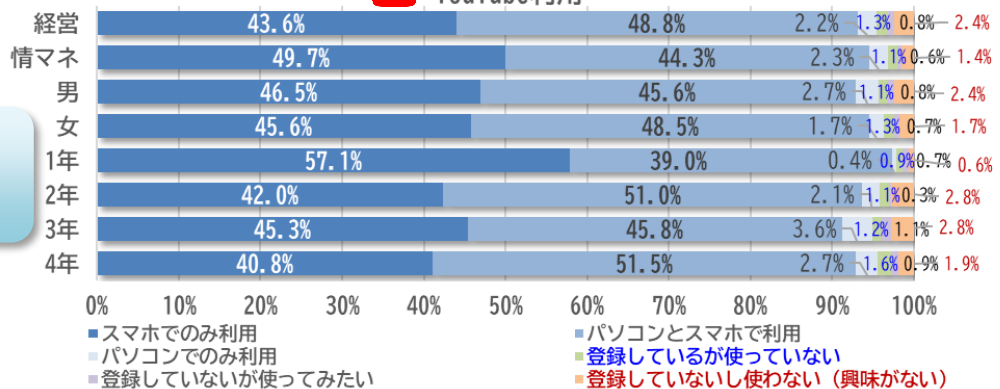
TikTok利用



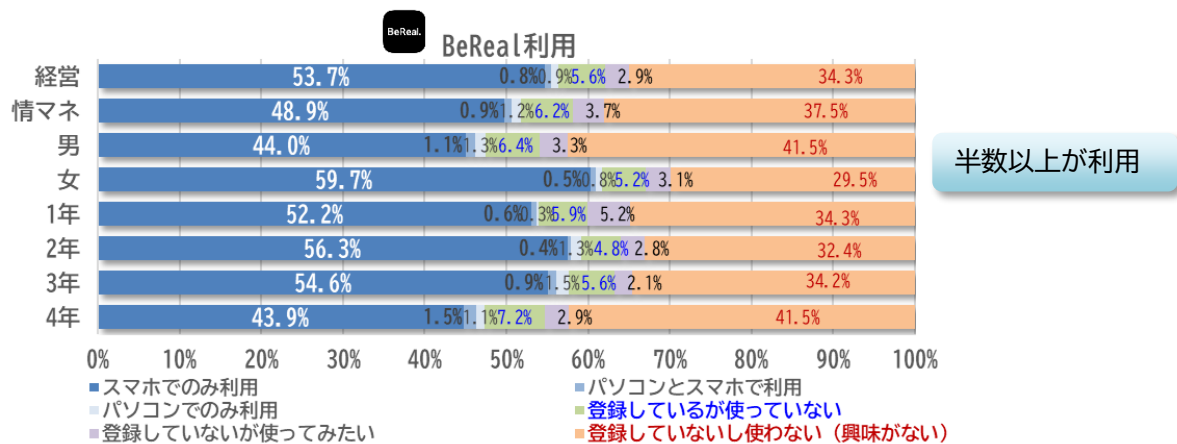
全体に利用率増加



YouTube利用

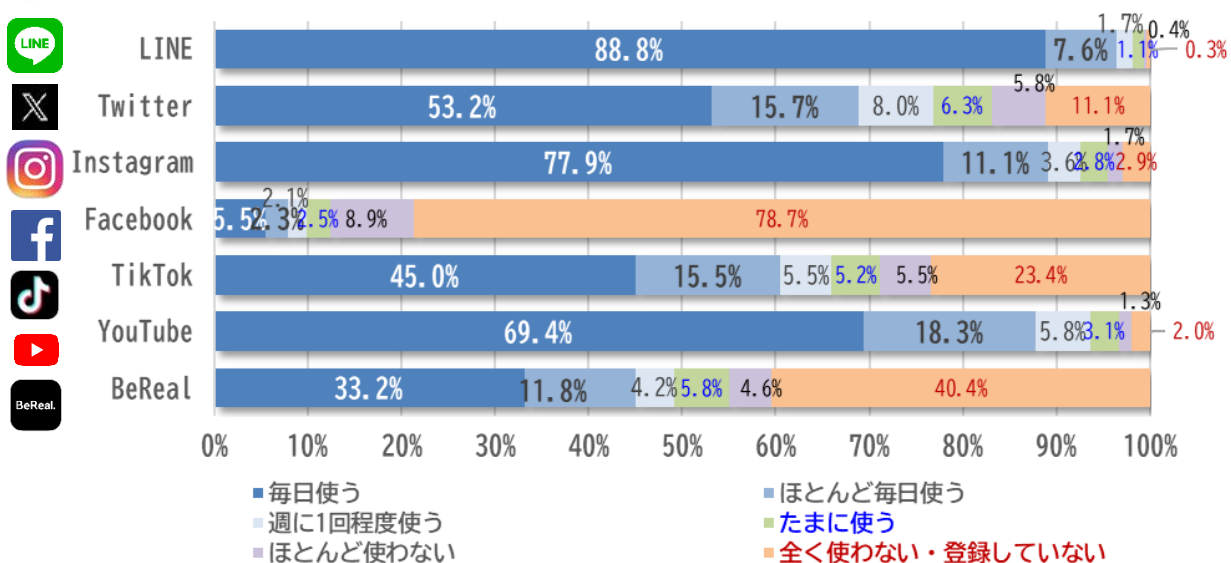


スマホのみ利用とパソ
コン併用がほぼ半々
利用率は 9 割以上

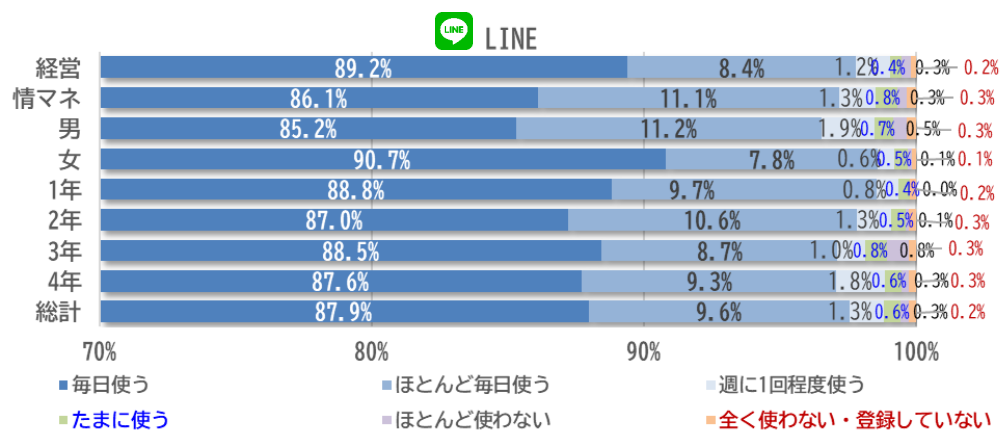


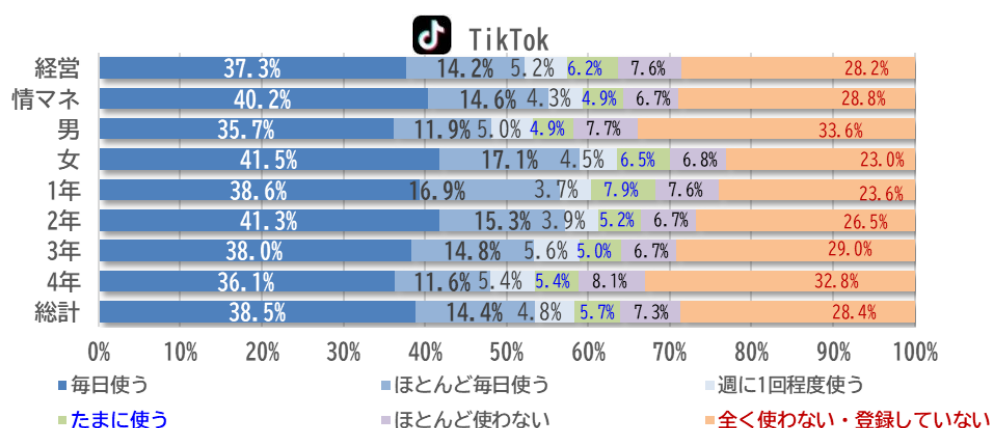
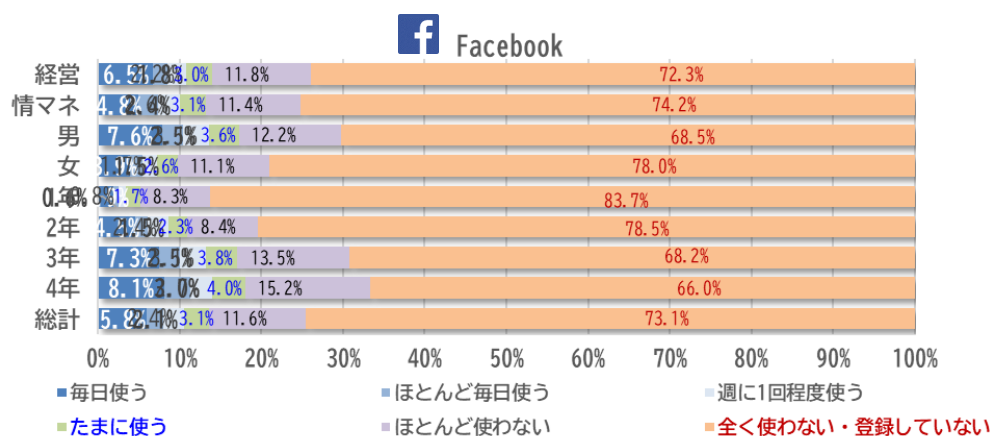
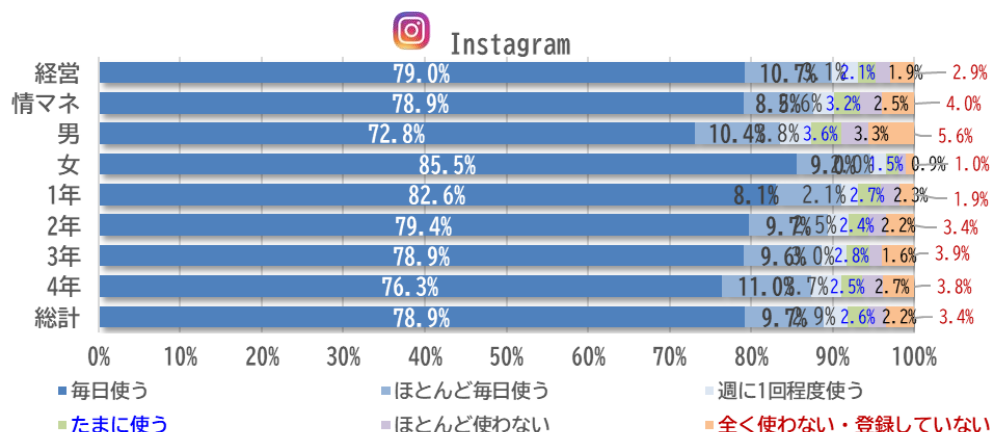
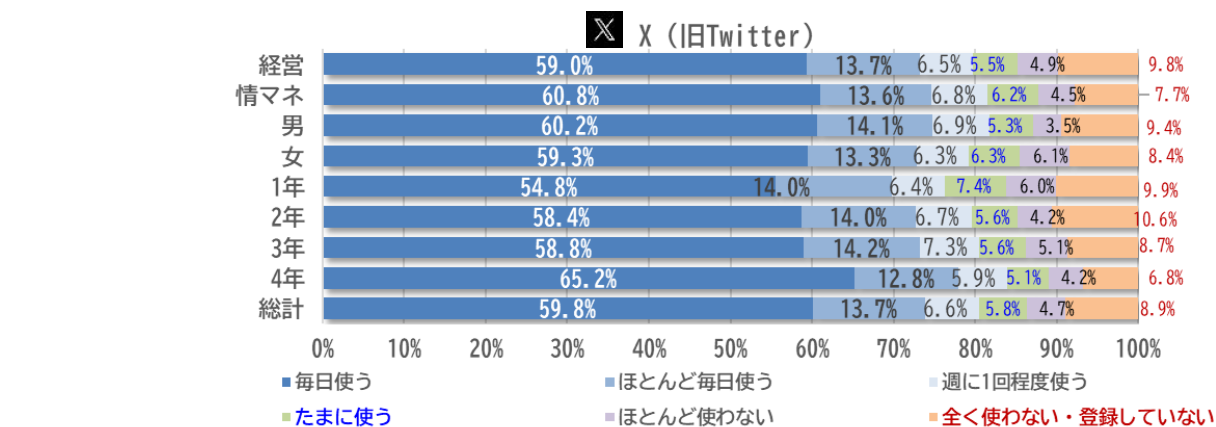
◆ 利用頻度

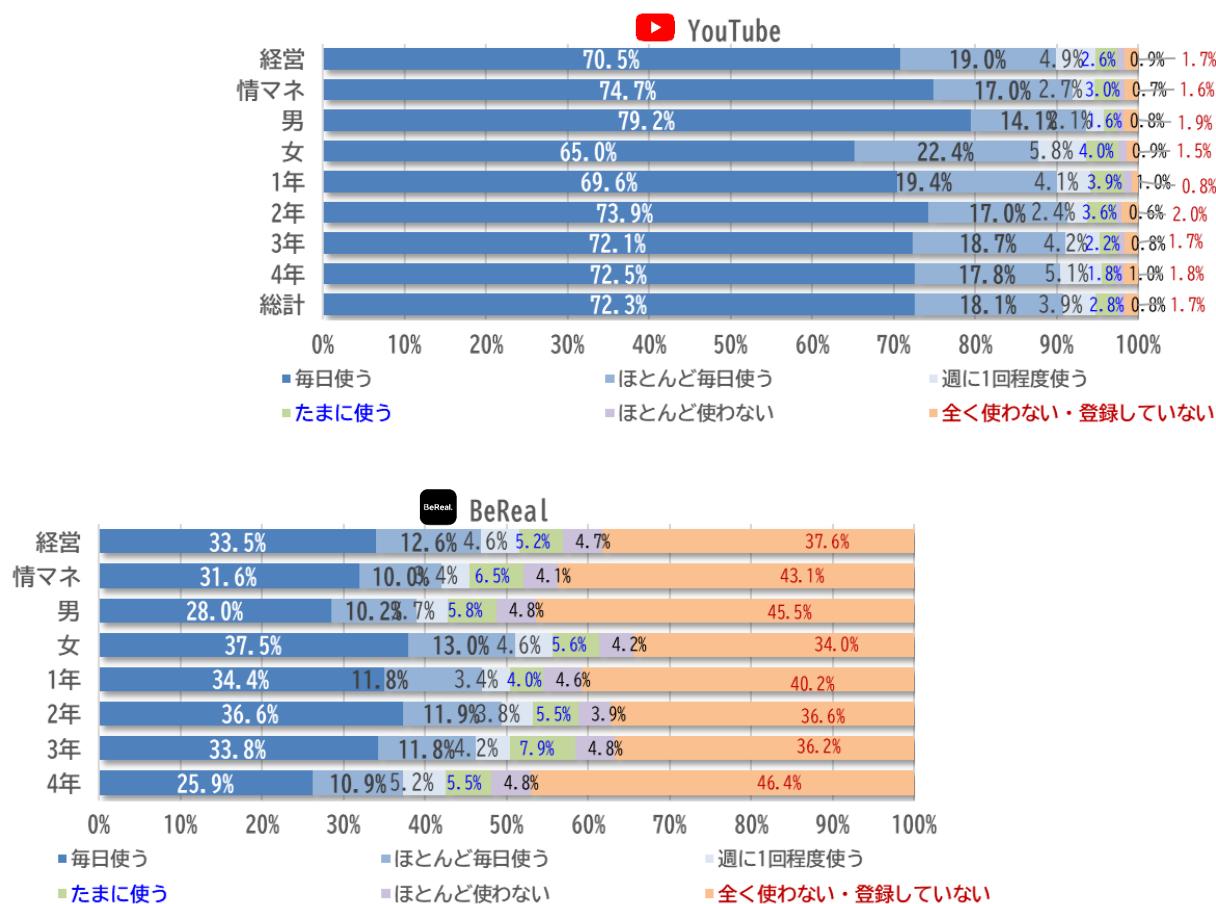
全体



学部・男女・学年別

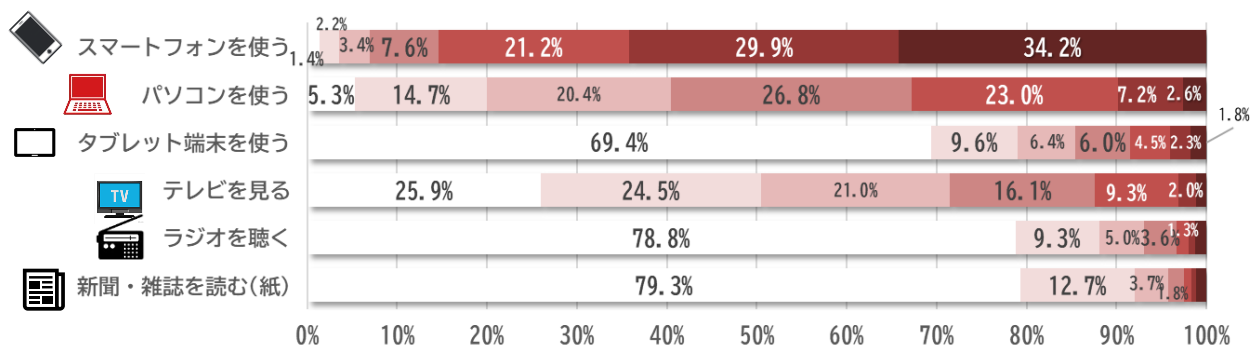






4. メディア利用状況

◆ 一日の平均利用時間



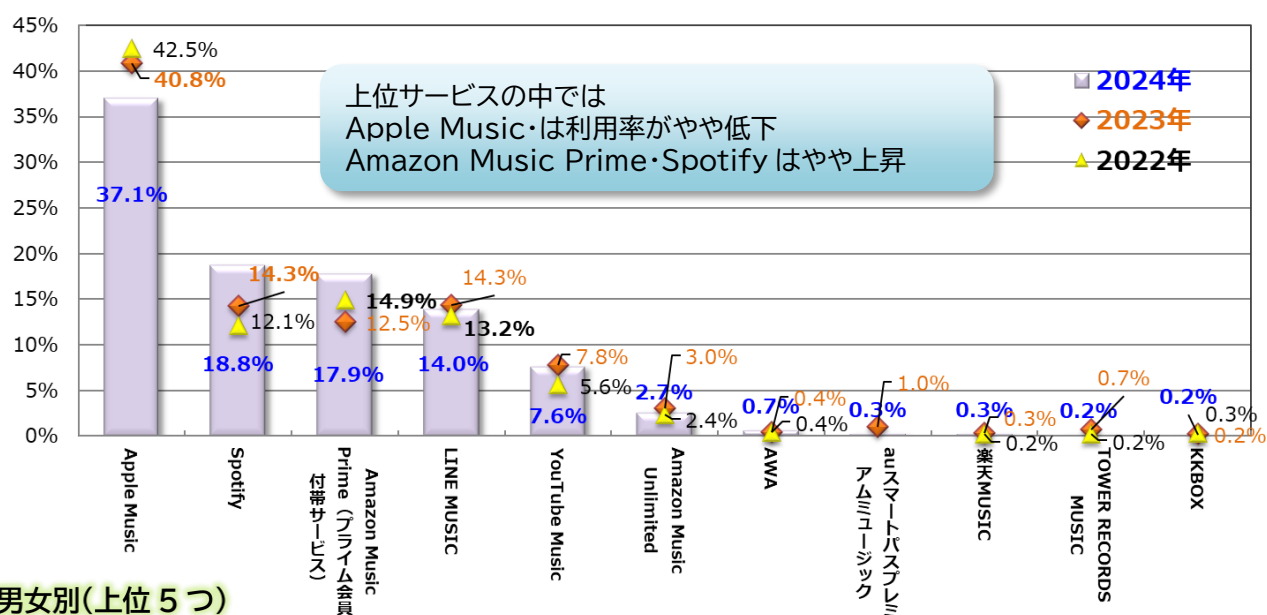
全くしない ■ 30分未満 ■ 30分以上1時間未満 ■ 1時間以上2時間未満 ■ 2時間以上4時間未満 ■ 4時間以上6時間未満 ■ 6時間以上

スマホ 学生の3割以上が1日平均6時間以上利用も変わらず

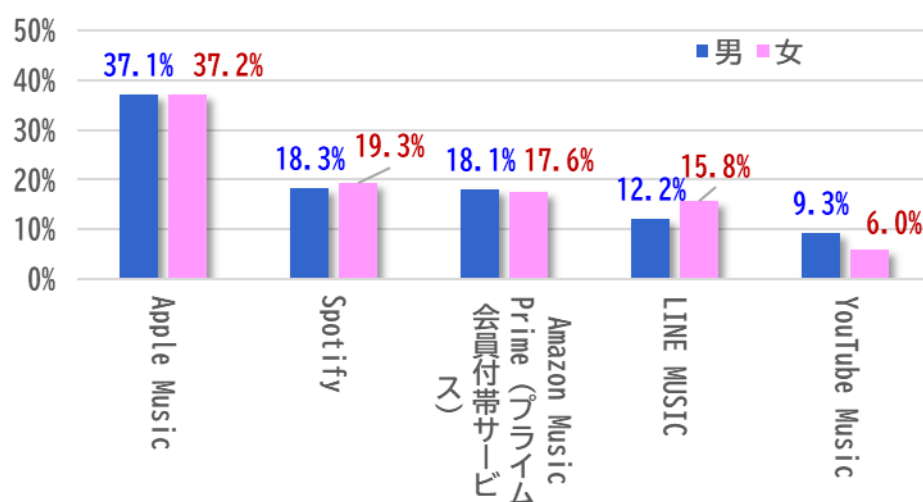
5. コンテンツの利用環境、および関心のあるコンテンツ

◆ 現在利用している音楽の定額配信サービス(複数選択)

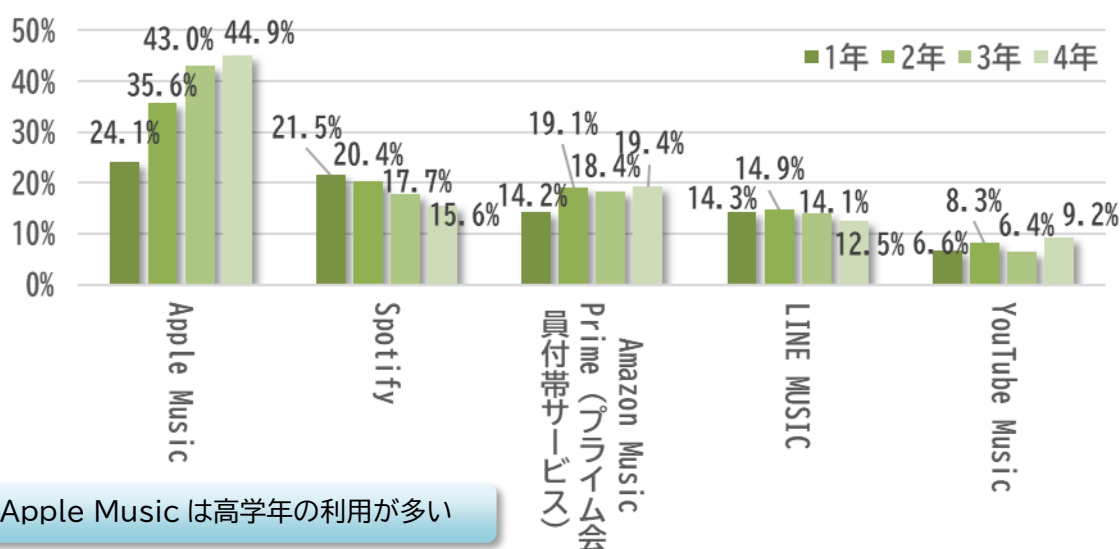
全体 2022～2024



男女別(上位 5 つ)

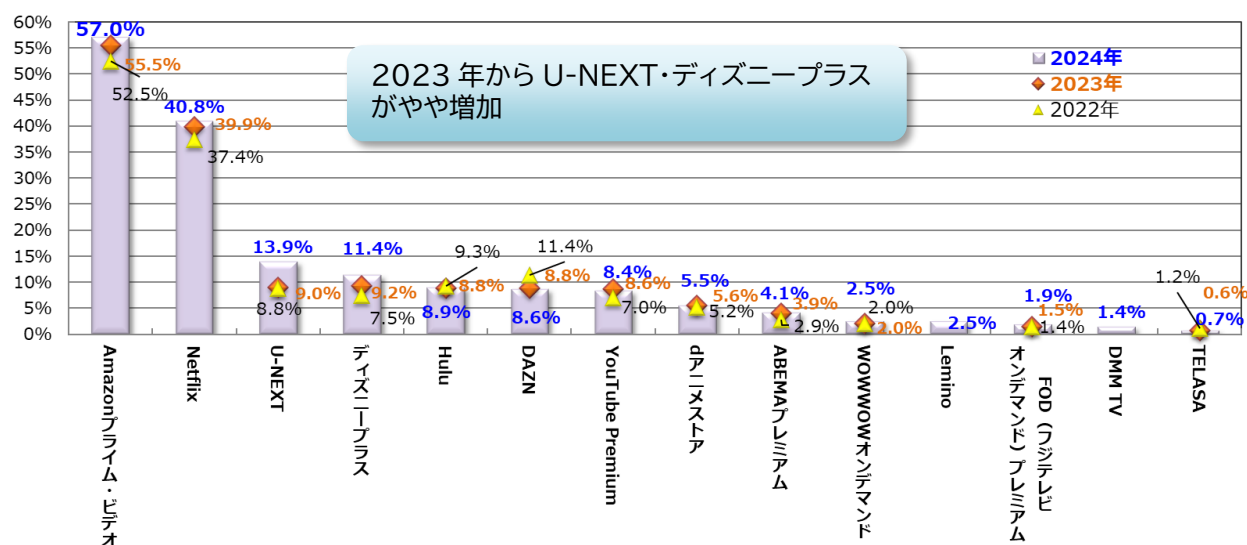


学年別(上位 5 つ)

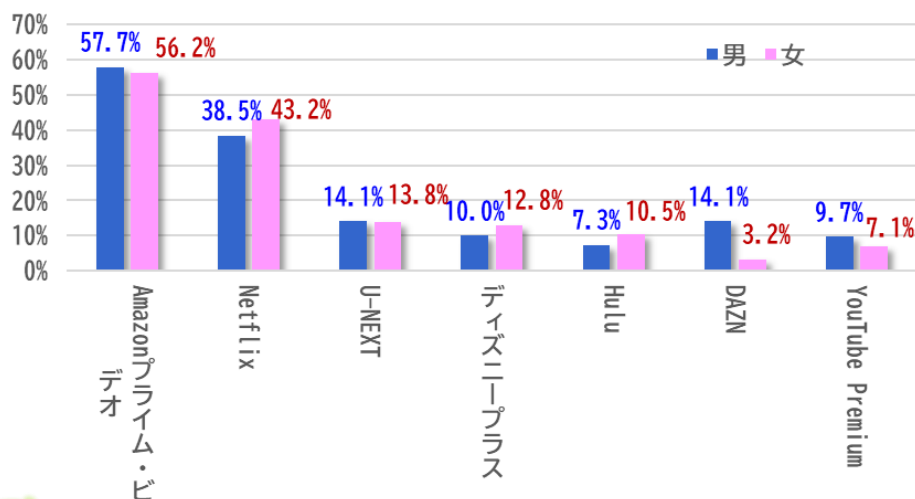


◆ 現在利用している映像の定額配信サービス(複数選択)

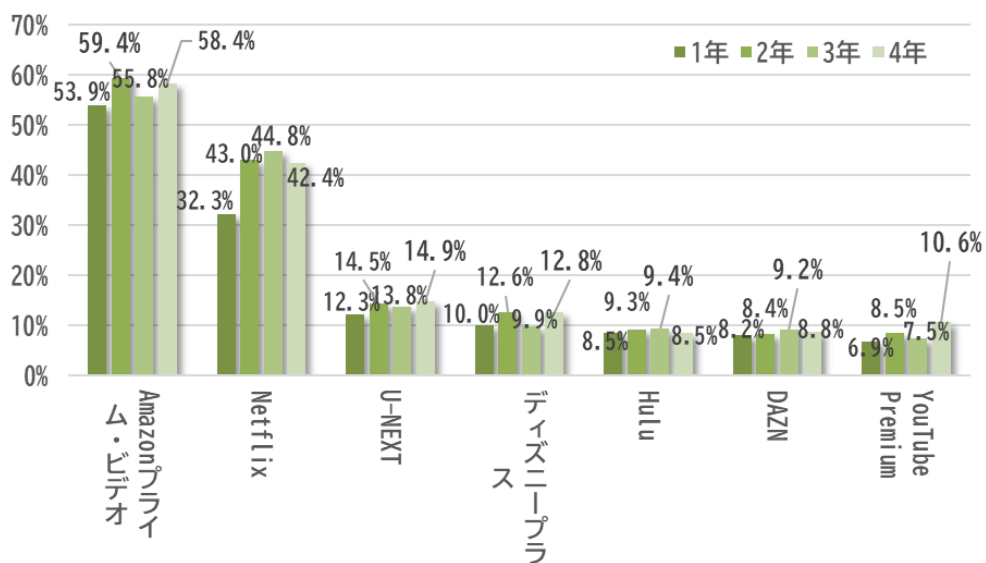
全体 2022～2024



男女別(上位 7 つ)

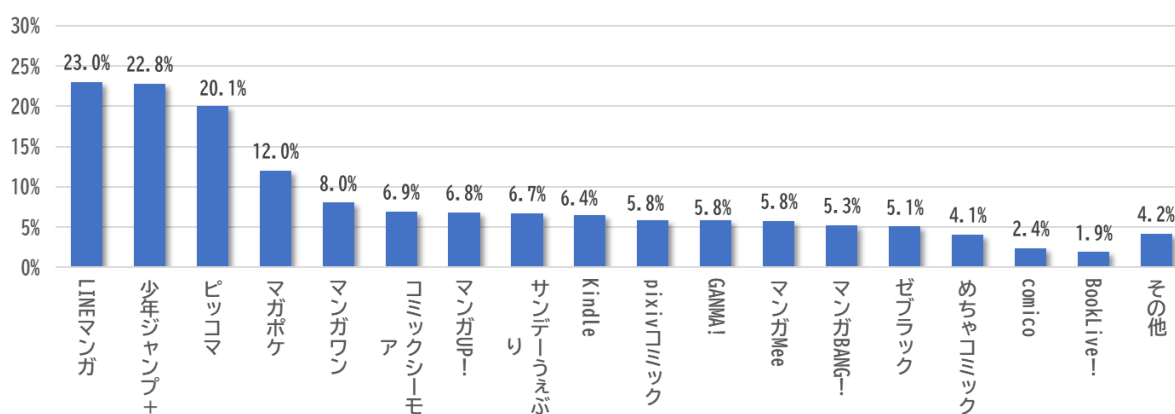


学年別(上位 7 つ)

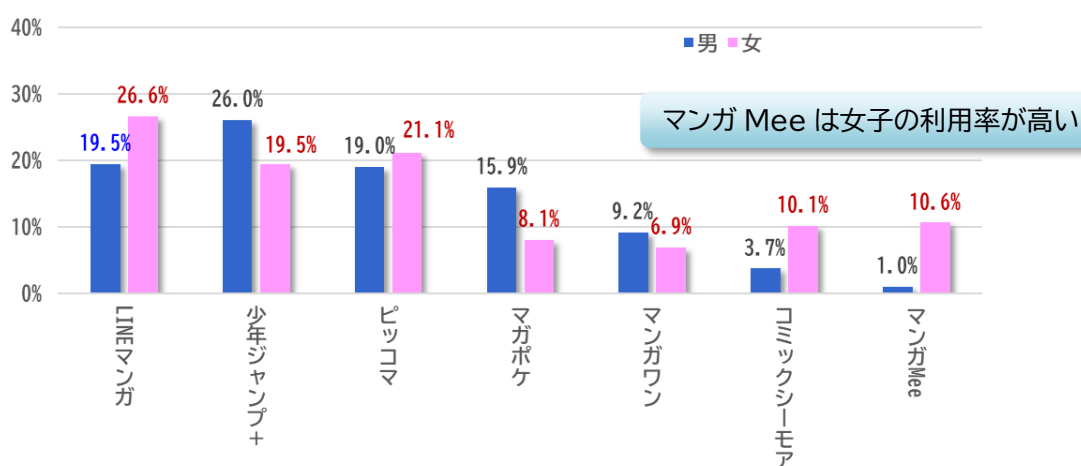


◆ 今利用している電子書籍サービス・アプリ(複数選択)

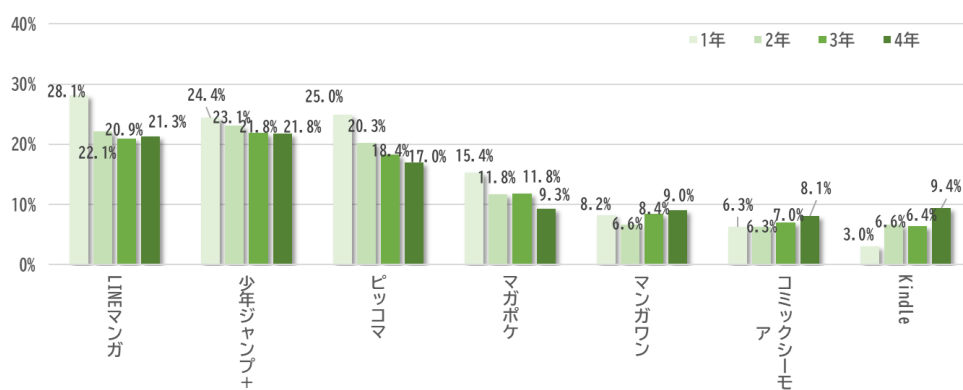
全体



男女別(上位 6+マンガ Me)



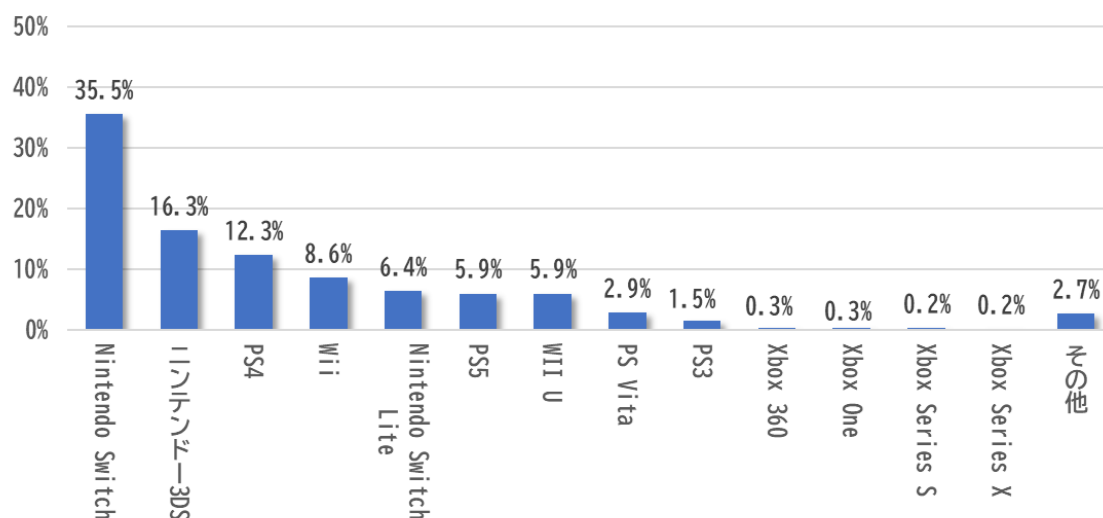
学年別(上位 6+Kindle)



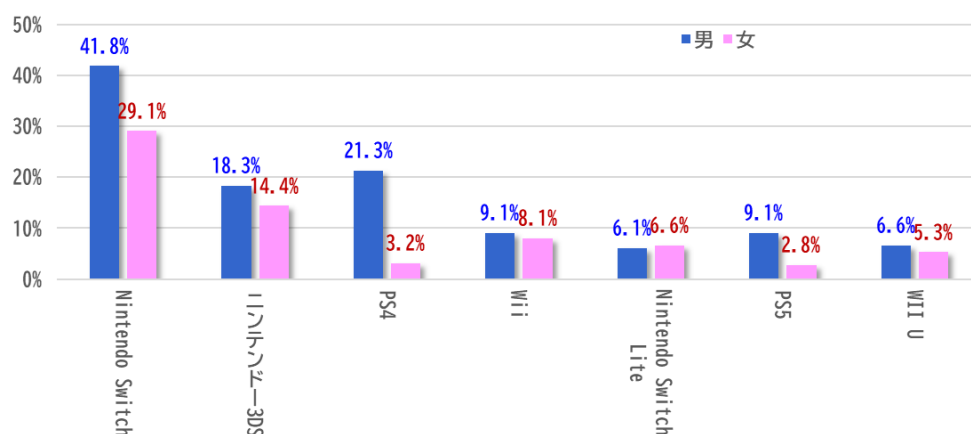
Kindle は 4 年生の利用率が高い

◆ 今所有して使っているゲーム機(複数選択)

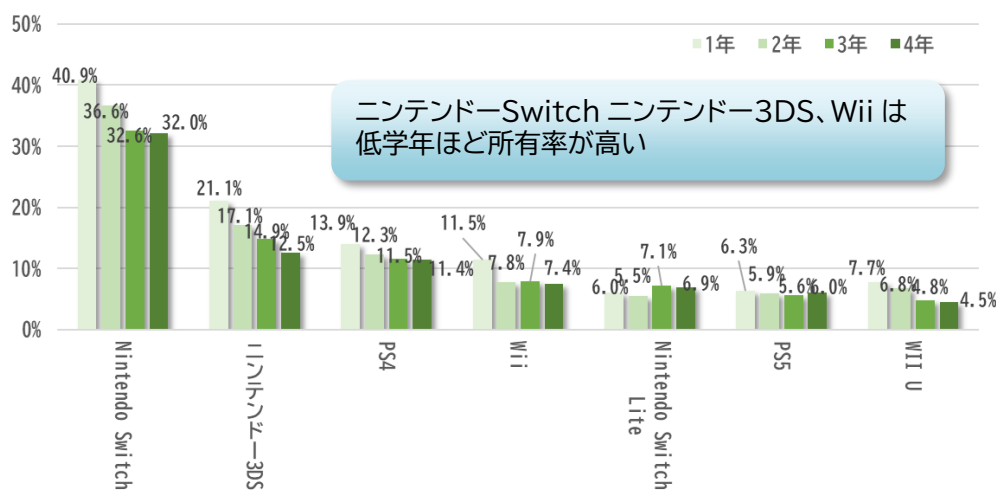
全体



男女別(上位 7 つ)



学年別(上位 7 つ)



ニンテンドーSwitch ニンテンドー3DS、Wii は
低学年ほど所有率が高い

◆ この1年間で、あなたがお金を使った項目(2023-2024 比較)

項目	男2024	男2023	女2024	女2023	総計2024	総計2023
映画館鑑賞チケットの購入	42.2%	42.2%	59.5%	59.4%	50.8%	50.5%
音楽関連ライブ・コンサートチケットの購入	30.4%	30.7%	60.9%	61.0%	45.6%	45.4%
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	32.2%	31.7%	56.2%	58.2%	44.1%	44.6%
音楽・映像の定額配信料	32.0%	38.8%	36.2%	41.7%	34.1%	40.2%
音楽CD・DVD・BDの購入	17.7%	20.2%	42.8%	44.3%	30.2%	31.9%
ファンクラブの会費や関連サービス等	13.9%	15.3%	43.2%	45.3%	28.4%	29.8%
コンテンツ関連グッズ・関連商品の購入	26.9%	19.2%	28.1%	37.9%	27.5%	28.2%
コミック（マンガ）の購入	16.9%	28.6%	37.0%	27.6%	26.9%	28.1%
ゲームソフトの購入	29.6%	31.6%	14.2%	14.7%	21.9%	23.4%
スポーツ観戦チケットの購入	29.0%	28.3%	12.7%	13.6%	20.9%	21.2%
コミック以外の書籍・雑誌の購入	17.8%	18.1%	23.7%	23.3%	20.7%	20.6%
聖地巡礼など関連場所への旅行	10.6%	10.2%	21.1%	22.2%	15.9%	16.0%
音楽・映像の定額配信を除く有料ダウンロード	5.4%	5.6%	6.6%	7.4%	6.0%	6.5%
音楽CD・DVD・BDのレンタル	3.9%	4.5%	5.4%	5.6%	4.6%	5.1%

2023 年青字:増加 赤字:減少

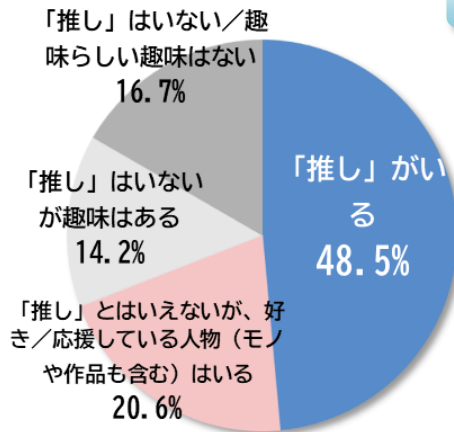
音楽関連ライブ・コンサートチケットの購入、スポーツ観戦チケットの購入、音楽・映画・スポーツ以外のイベント・テーマパーク・レジャー施設・展覧会等チケットの購入はオンライン・リアル問わず

イベント参加は女子学生の割合が高い

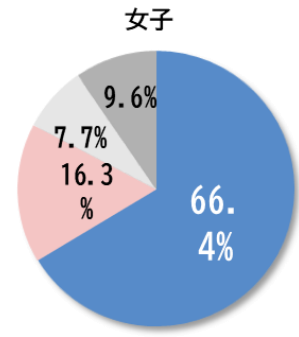
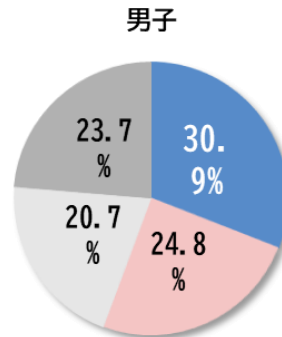
6. 「推し」について

◆ 「推し」がいるか

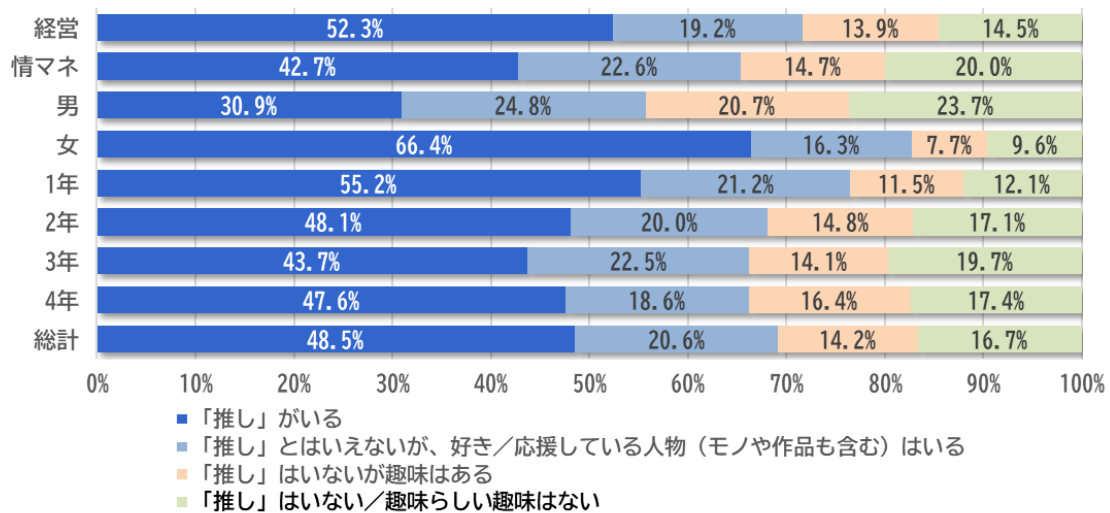
全体



女子は 7 割近くが「推し」がいると回答

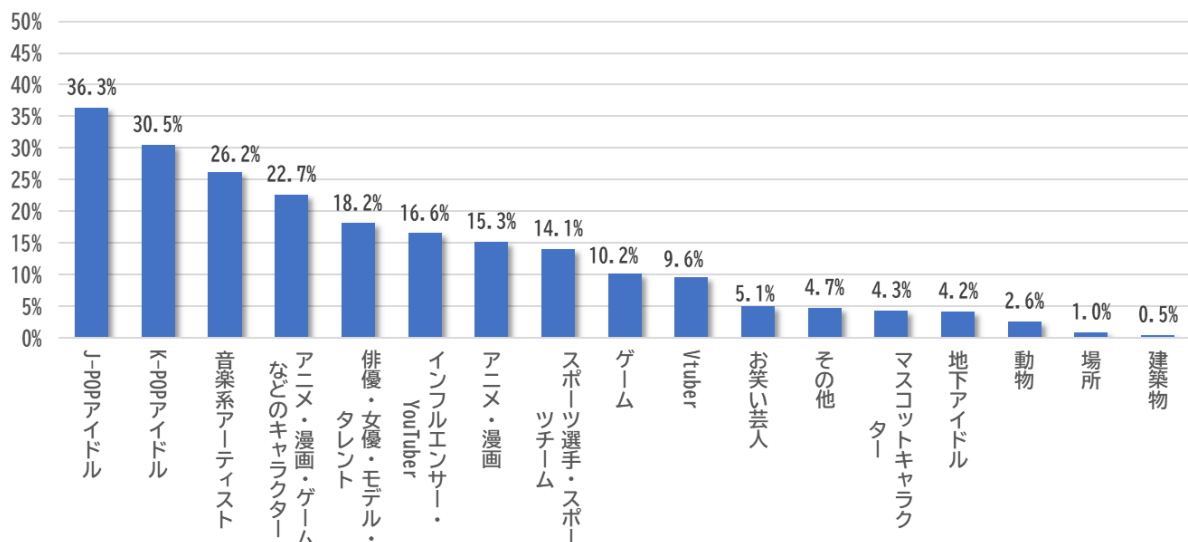


学部・男女・学年別

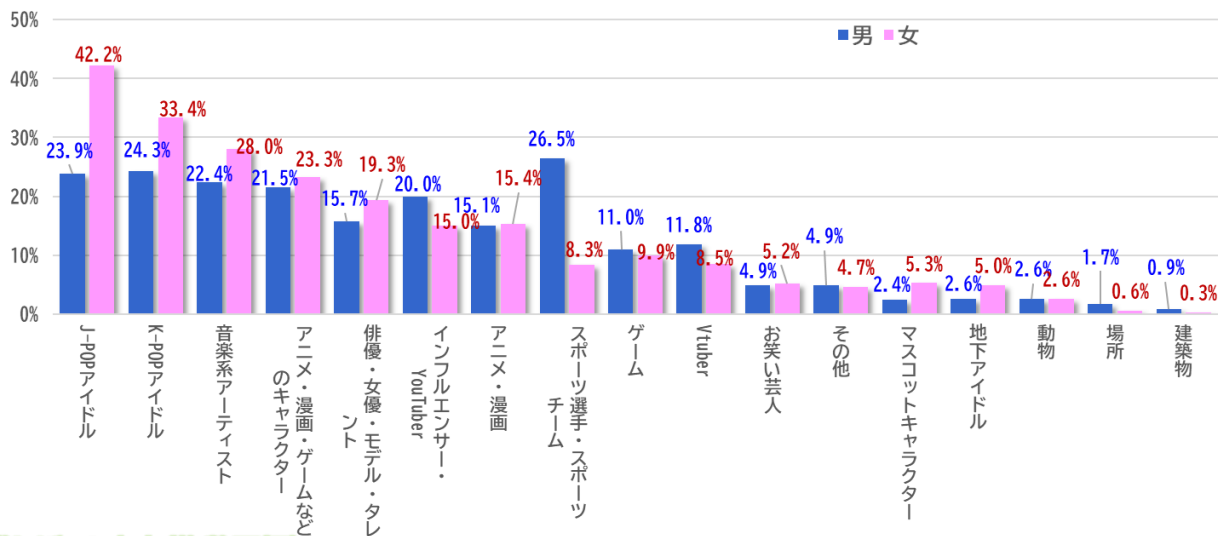


◆ 「推し」の対象(複数選択)

全体



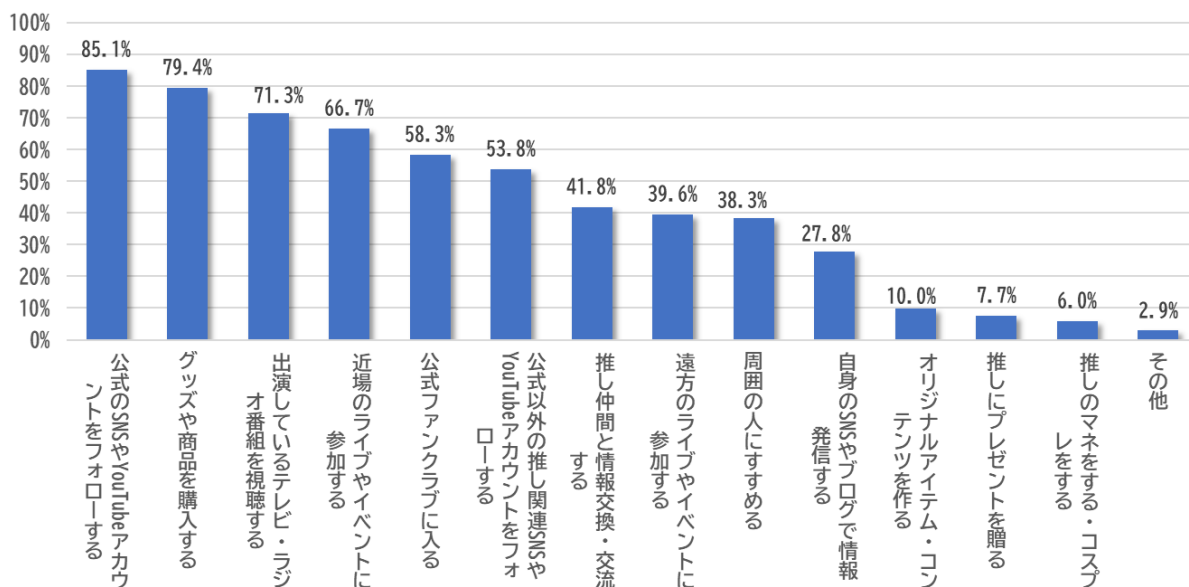
男女別



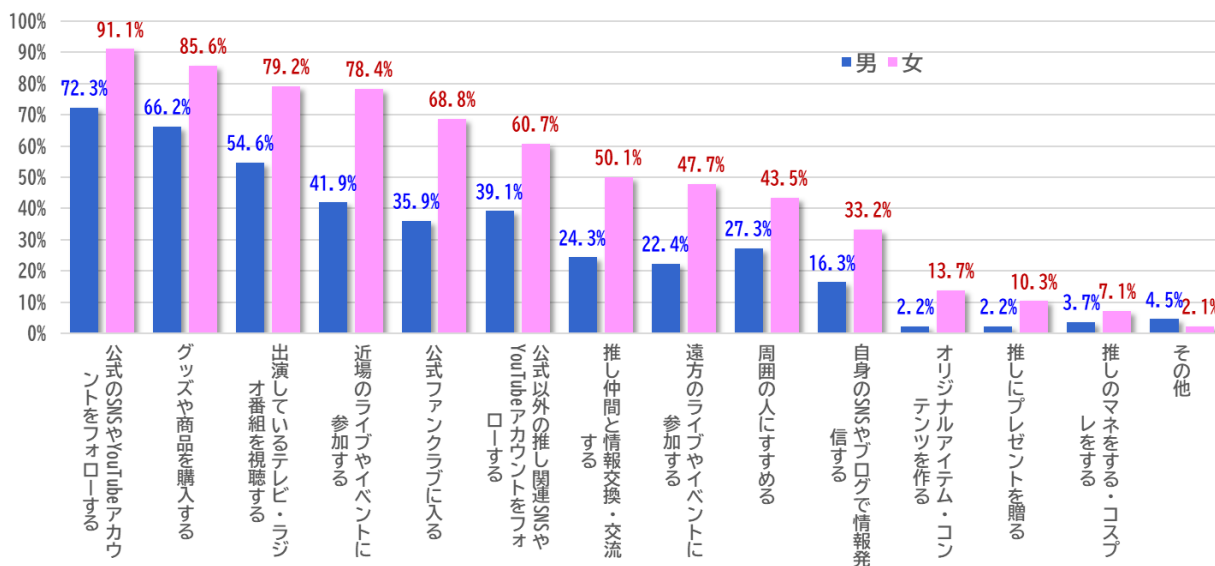
◆「推し活」の内容(複数選択)

全体

女子の「推し」対象はアイドル系、男子はスポーツ系

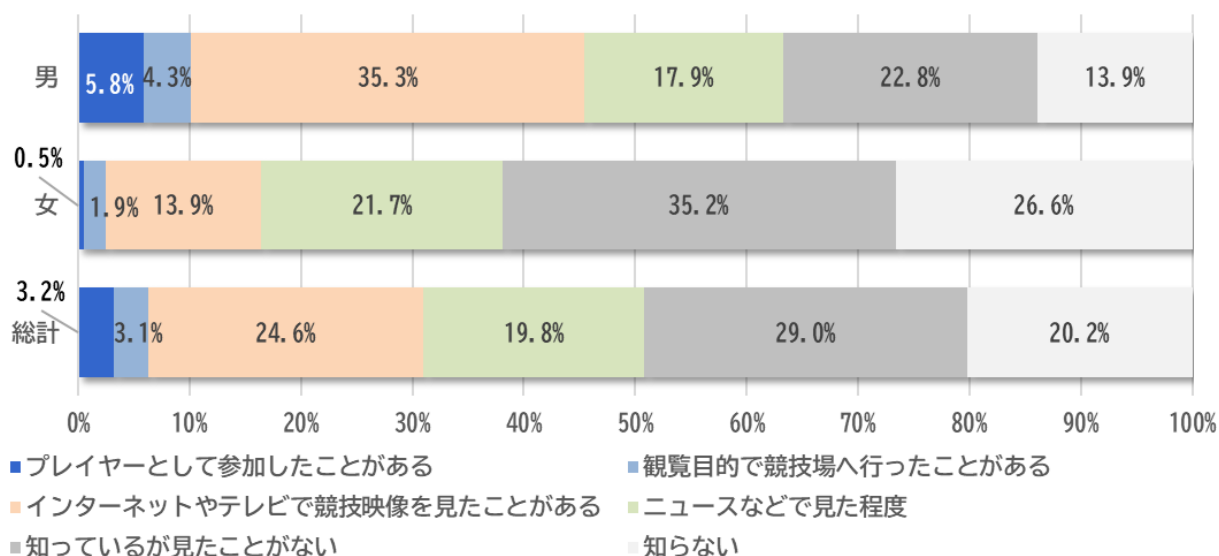


男女別

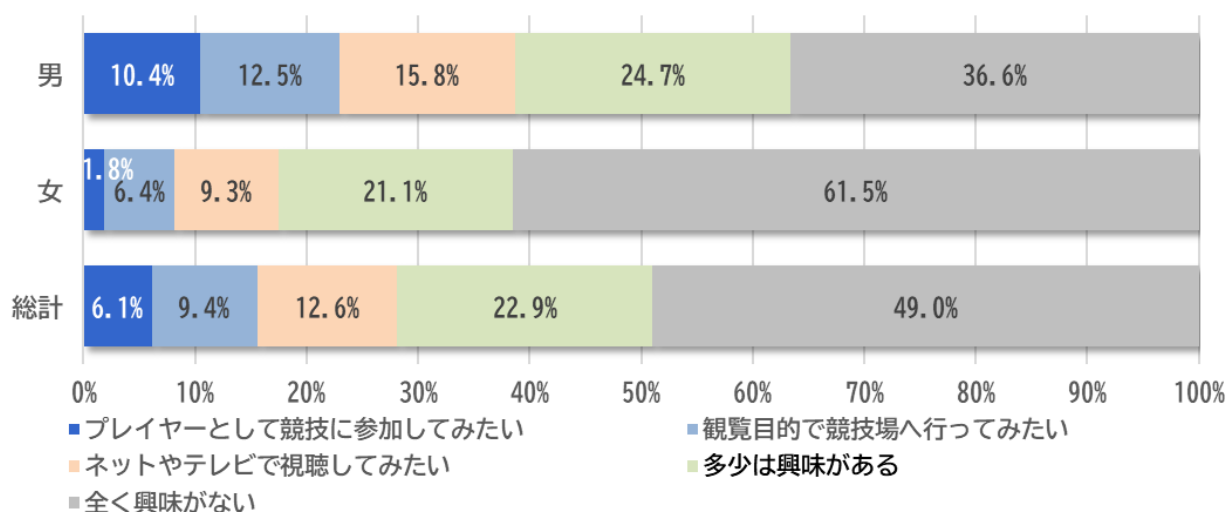


7. 「e スポーツ」について

◆ 認知度・参加度



◆ 関心



変化はあまり見られず