

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 2022

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	2
◆ 所有状況	2
◆ 契約会社(学部・性別・学年別)	2
◆ 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(2012～2022 の推移)	3
◆ 5G 利用	3
3. SNS 利用状況	4
◆ 利用状況	4
◆ 利用頻度	6
◆ 利用時間の変化	6
4. メディア利用状況	6
◆ 一日の平均利用時間	6
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(複数選択)	7
◆ 現在利用している映像の定額配信サービス(複数選択)	8
◆ 自宅のテレビ画面による動画配信サービスの視聴	9
◆ 今利用している電子書籍サービス・アプリ(複数選択)	10
◆ 今所有して使っているゲーム機	11
◆ この 1 年間で、あなたがお金を使った項目(2021-2022 比較)	12
◆ この 1 年間で、あなたが参加したリアルイベント	12
◆ この 1 年間で、あなたが参加したオンラインイベント	13
◆ 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	14
◆ 「e スポーツ」について	14

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:2022年4月5日～6月4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.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 2,625 名 (2022年5月1日現在の在籍学生の 66.4%)

1. 学部別・男女別・学年別回答数

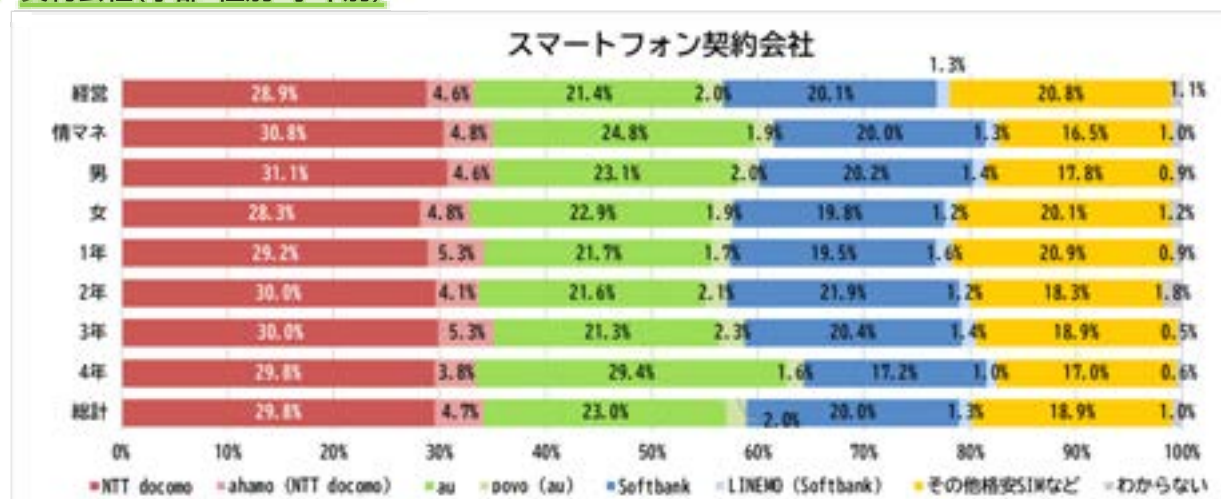


2. スマートフォン利用状況

◆ 所有状況

回答者にスマートフォンを所有しない学生はいなかった。

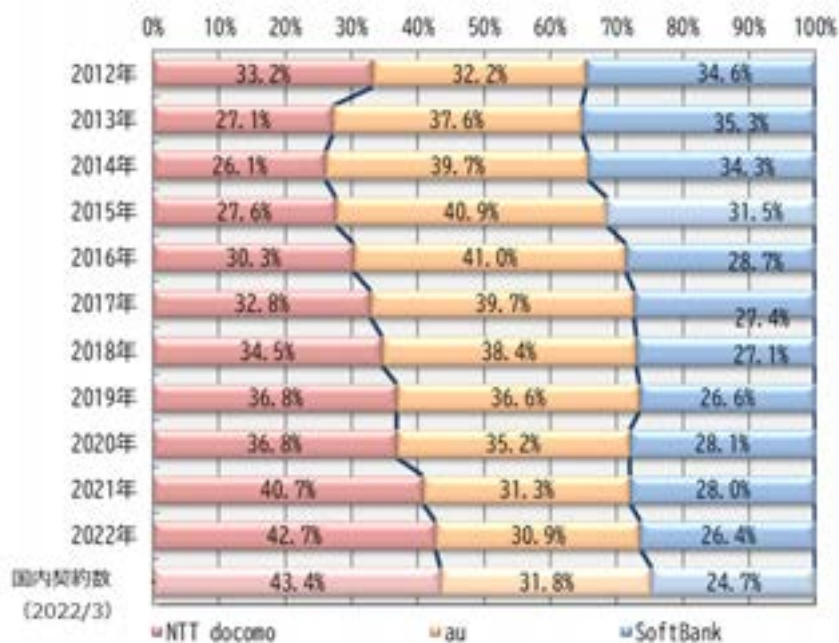
◆ 契約会社(学部・性別・学年別)



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)
- ◇ 2021年 15.0%(305人)
- ◇ **2022年 18.9%(495人)**

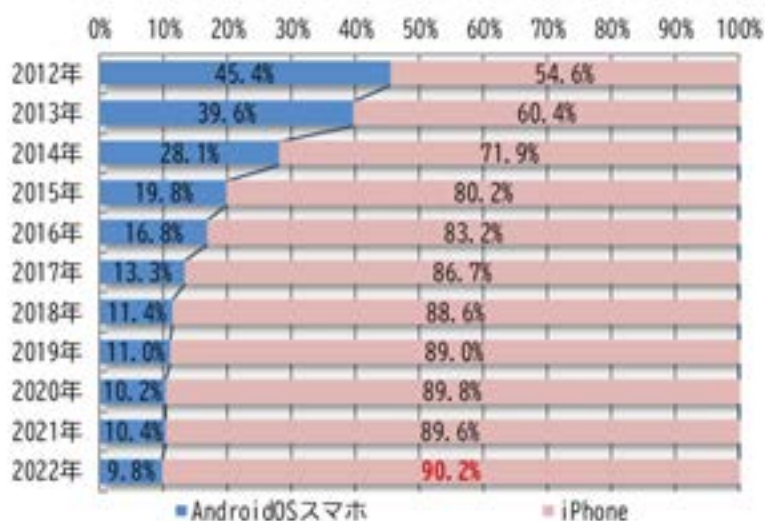
◆ 契約会社の推移(docomo・au・Softbank の3キャリアのみの割合)



【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(2012~2022の推移)

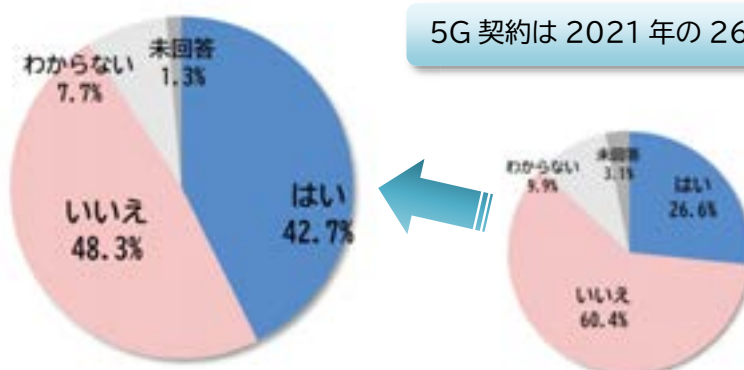
*Android・iPhone 回答者で比較



2022 年も iPhone はさらに増加



◆ 5G 利用



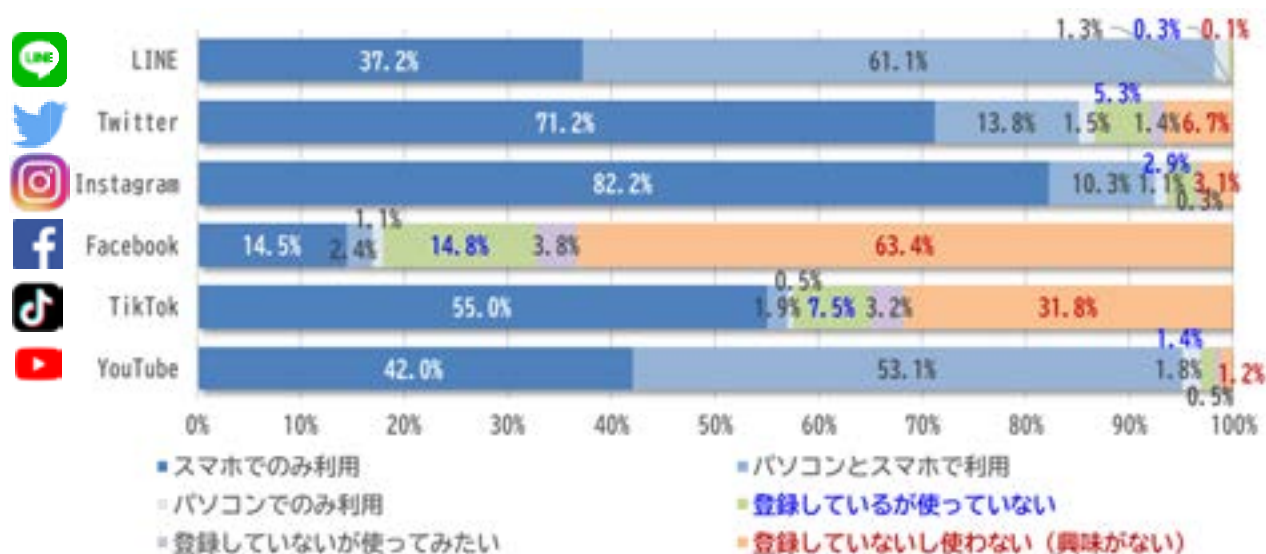
5G 契約は 2021 年の 26.6%から 42.7%へ増加

3. SNS 利用状況

◆ 利用状況

全体

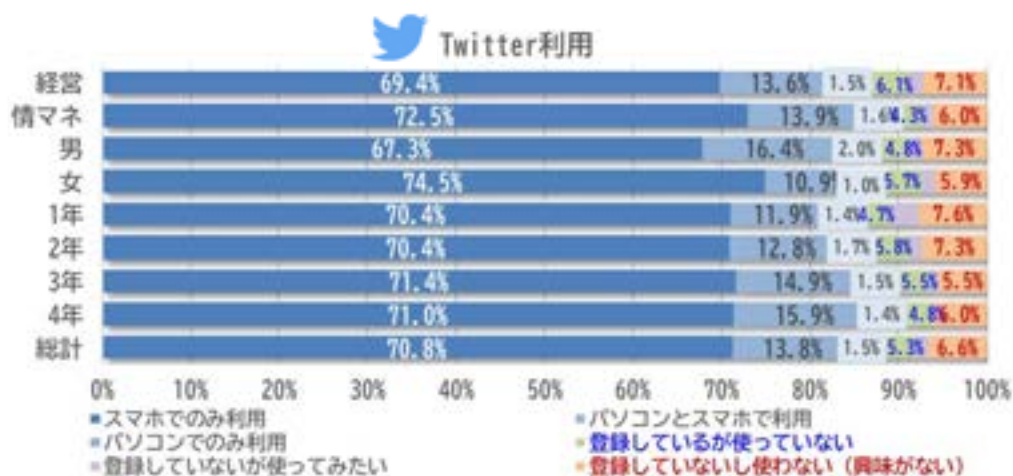
LINE・YouTube は多くの学生がパソコンでもスマートフォンでも使う



学部・男女・学年別



1年生の「スマホでのみ使う」割合がさらに高くなった
(42.8%⇒66.3%)

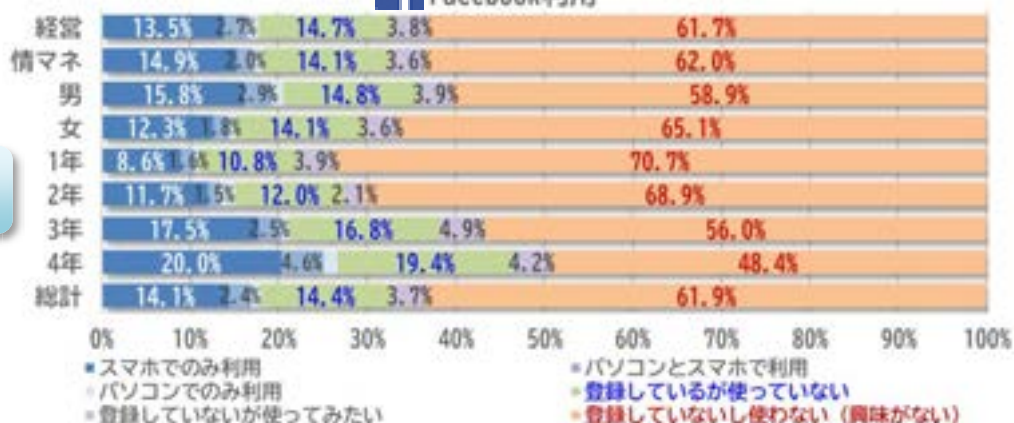




Instagram利用



Facebook利用



登録していない
学生割合が増加



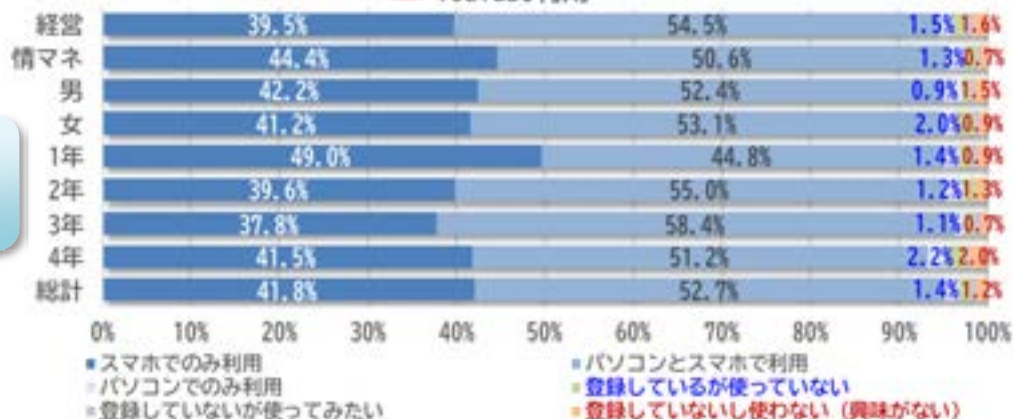
TikTok利用



スマホ利用が増加
(全体で
48.7%⇒54.4%)



YouTube利用

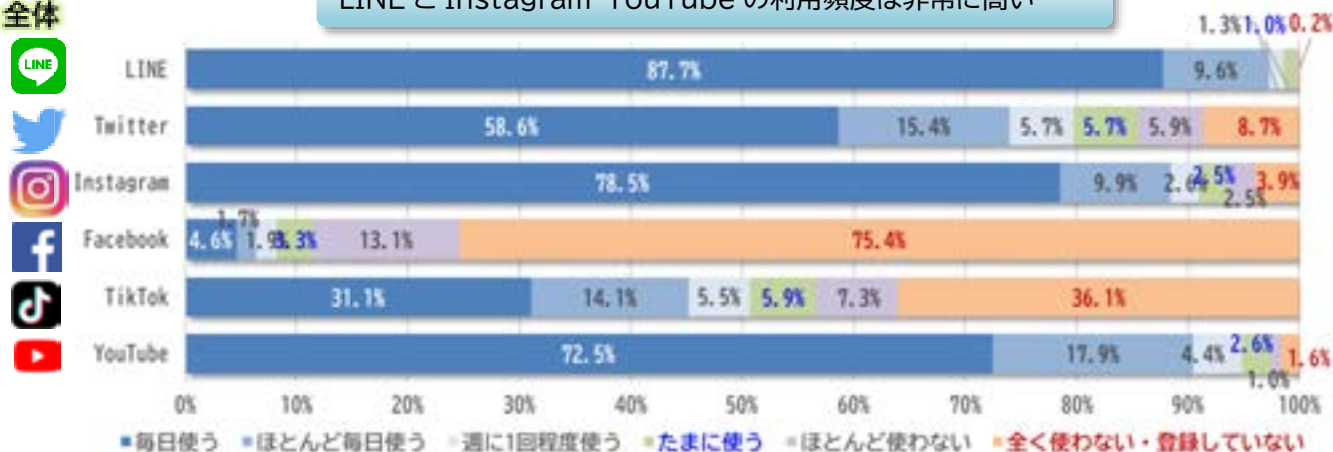


スマホ利用が増加
(全体で
36.8%⇒41.8%)

◆ 利用頻度

全体

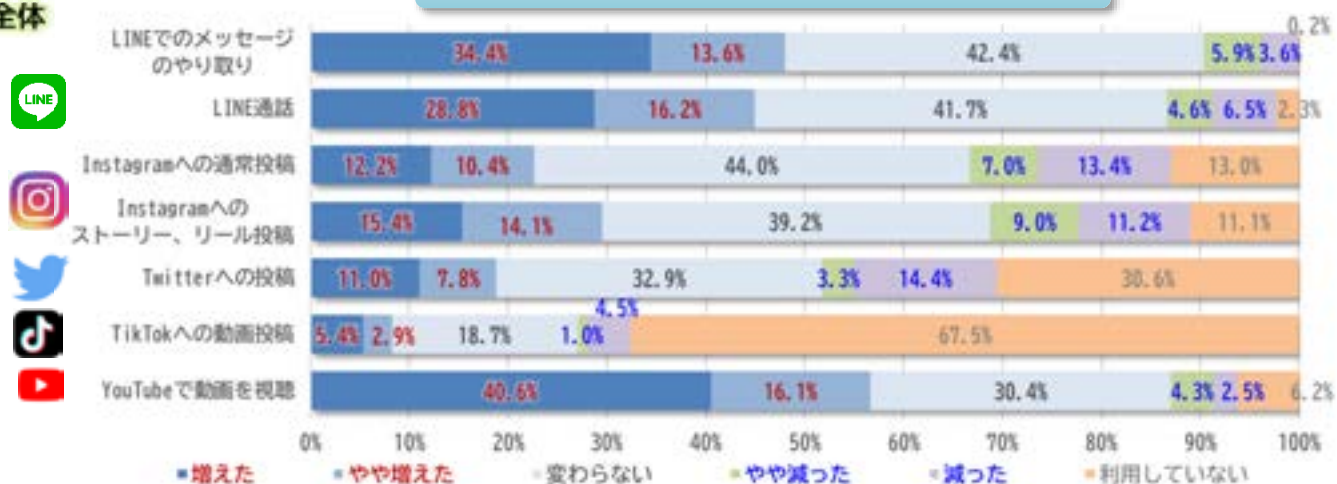
LINE と Instagram・YouTube の利用頻度は非常に高い



◆ 利用時間の変化

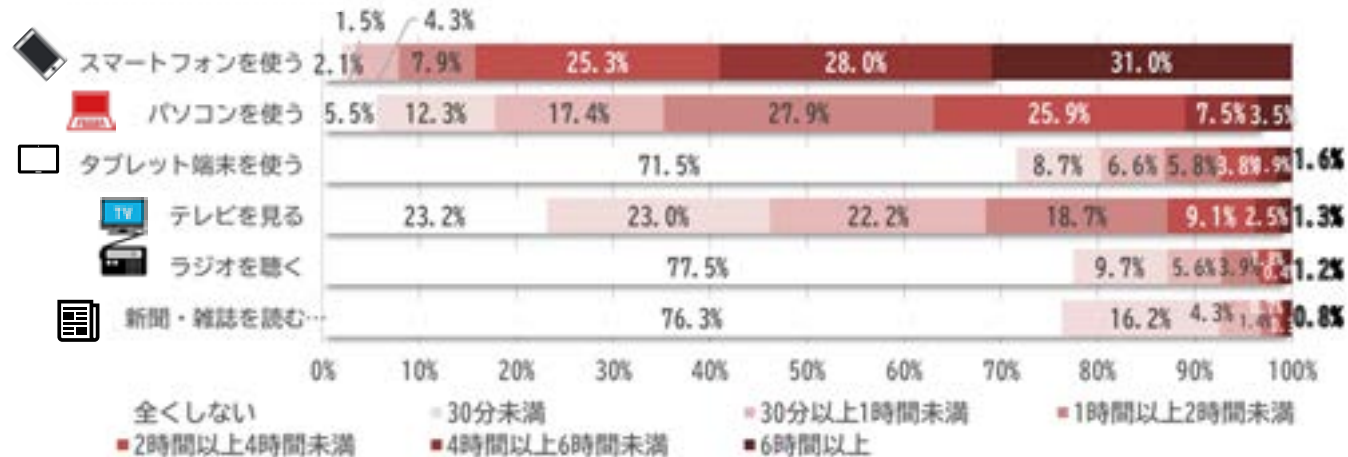
全体

LINE と YouTube の利用はこの1年でも増加している



4. メディア利用状況

◆ 一日の平均利用時間

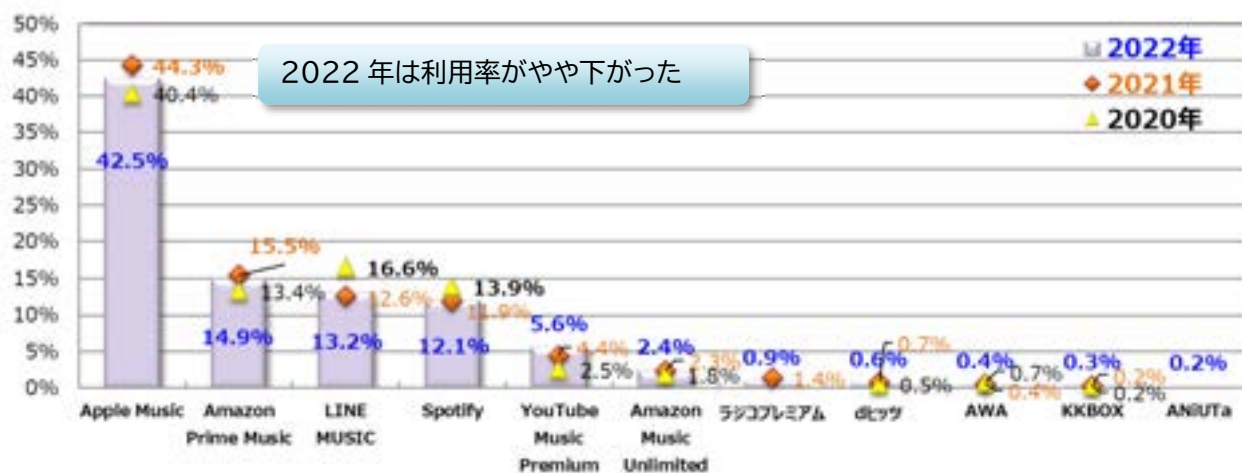


スマホ 学生の3割以上が1日平均6時間以上利用

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 2020~2022



男女別(上位4つ)



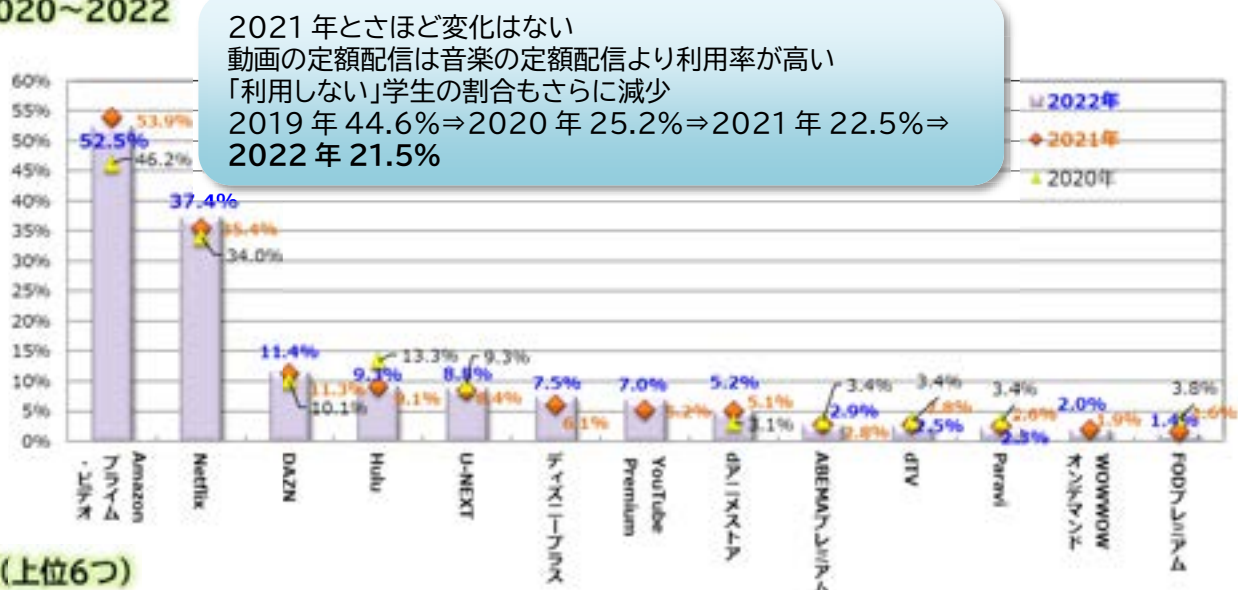
学年別(上位4つ)



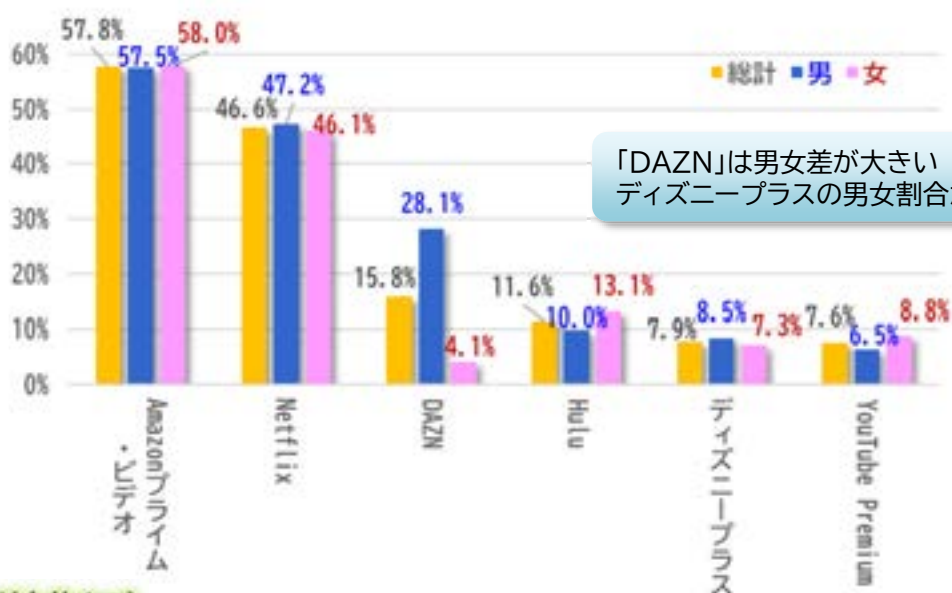
Apple Music は高学年、LINE MUSIC は低学年の利用が多い

◆ 現在利用している映像の定額配信サービス(複数選択)

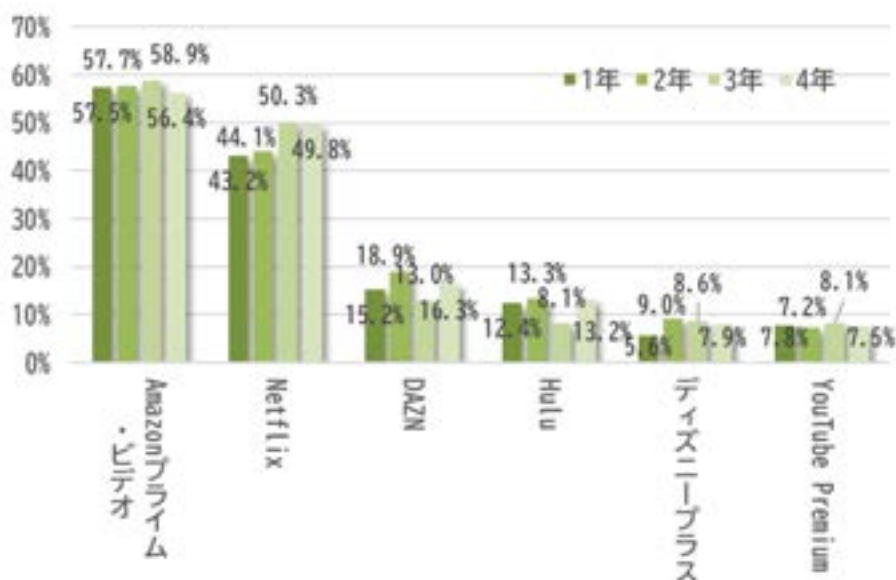
全体 2020~2022



男女別(上位6つ)

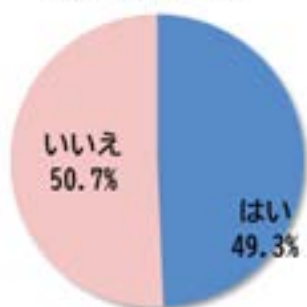


学年別(上位6つ)



◆ 自宅のテレビ画面による動画配信サービスの視聴

利用率 自宅のテレビ画面で、動画配信サービスを視聴していますか？



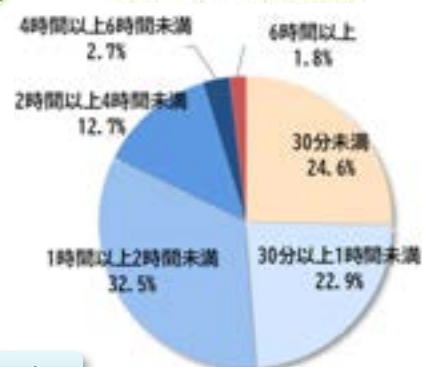
半数がテレビで動画配信サービスを利用

自宅のテレビ画面で、動画配信サービスを見始めた時期

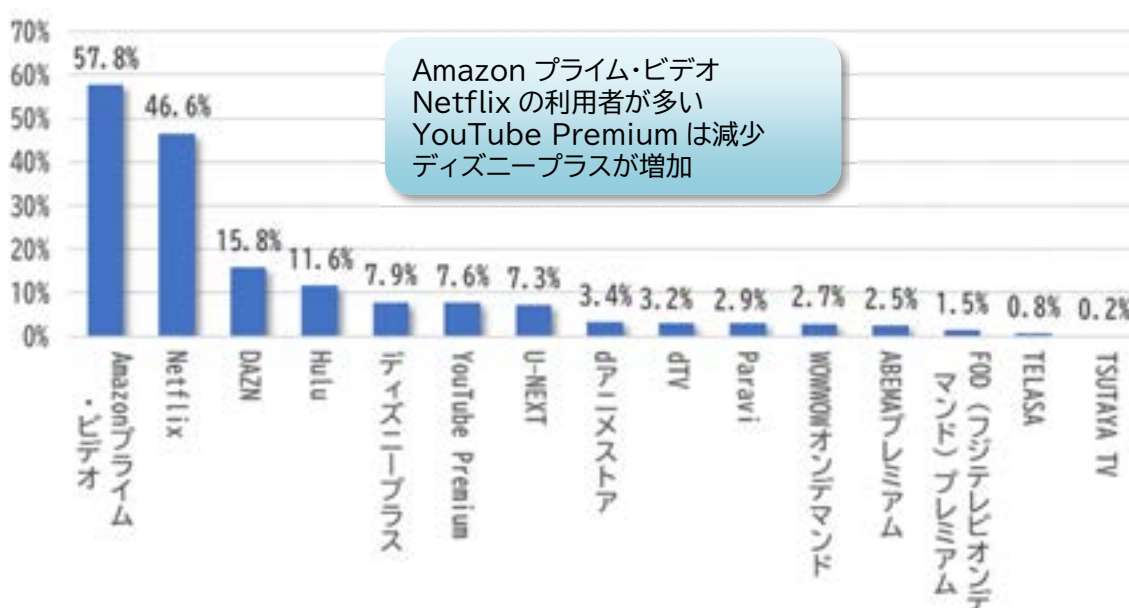


コロナ禍以降の利用が半数以上

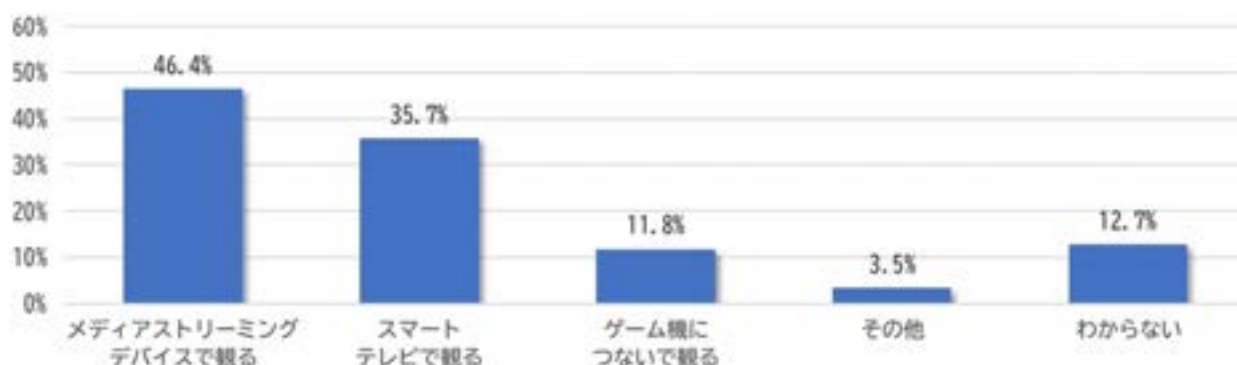
1日の平均利用時間



自宅のテレビ画面でよく見る動画配信サービス(利用者に対する割合)



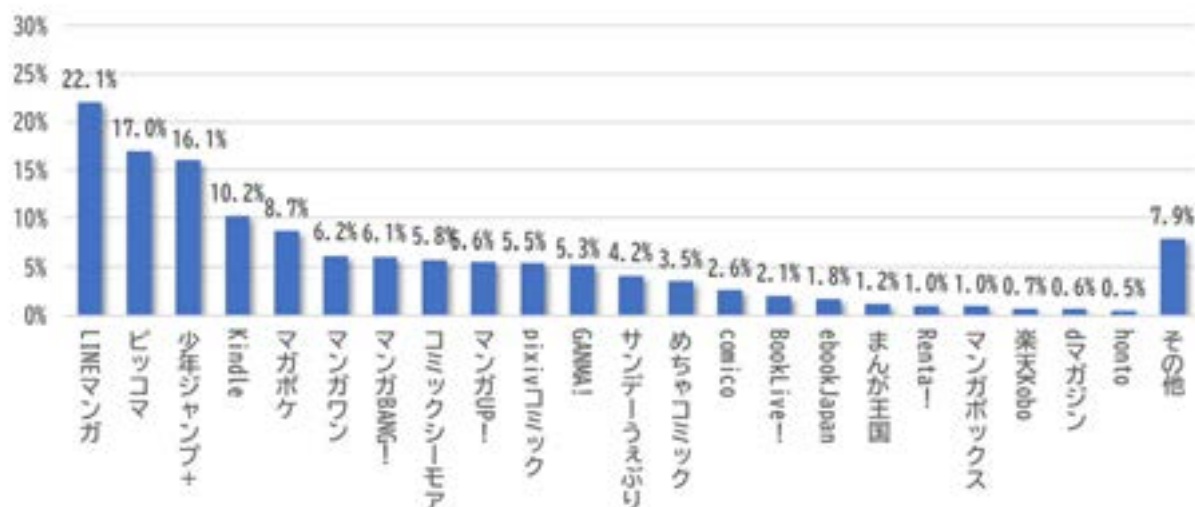
自宅のテレビ画面で、動画配信サービスを利用する時の方法(利用者に対する割合)



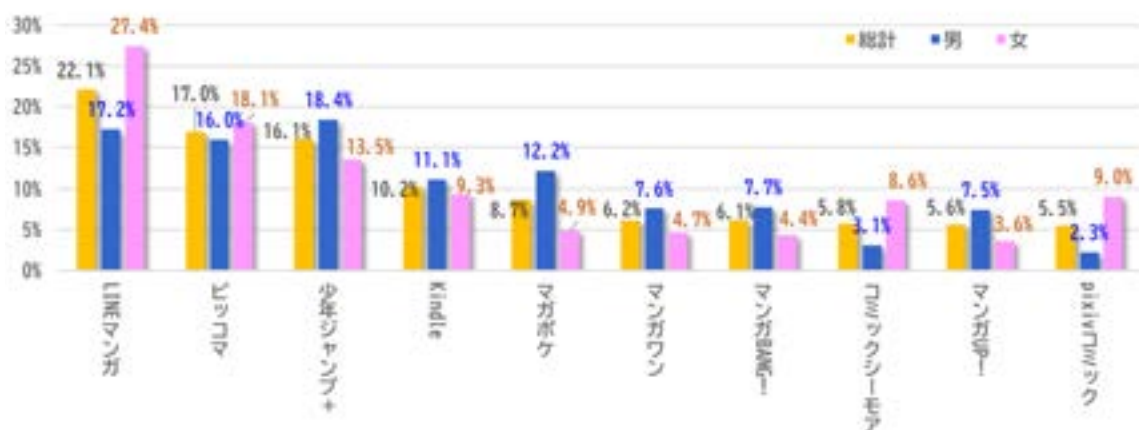
メディアストリーミングデバイス
Amazon Fire Tv、Google Chromecast、Apple TV、dTV ターミナル など

◆ 今利用している電子書籍サービス・アプリ(複数選択)

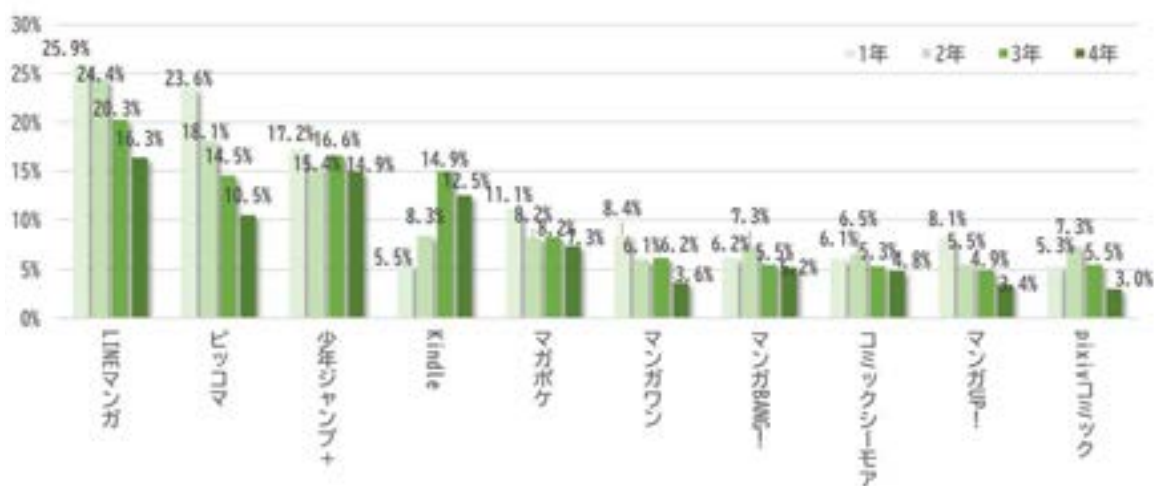
全体



男女別(上位10)

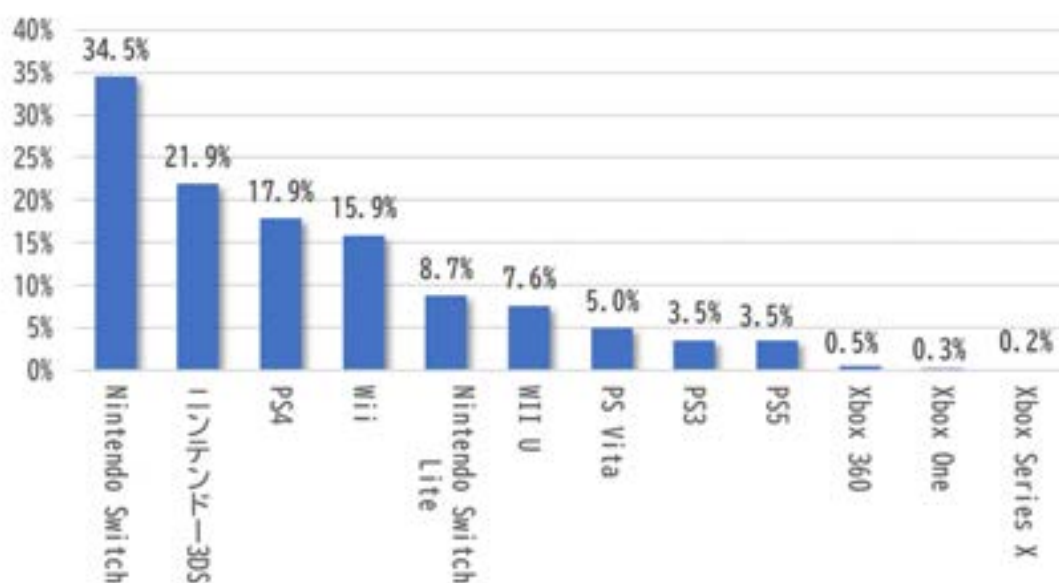


学年別(上位10)

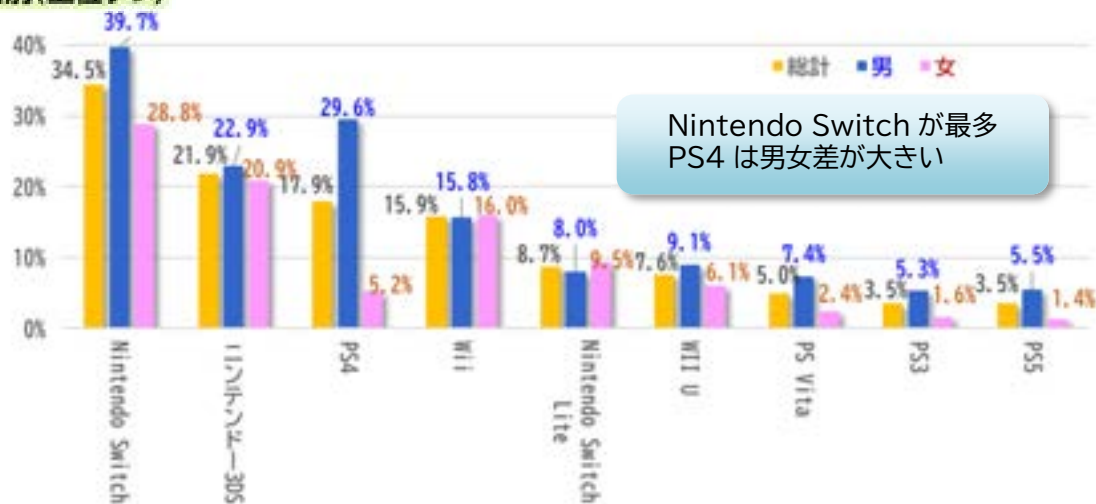


◆ 今所有して使っているゲーム機

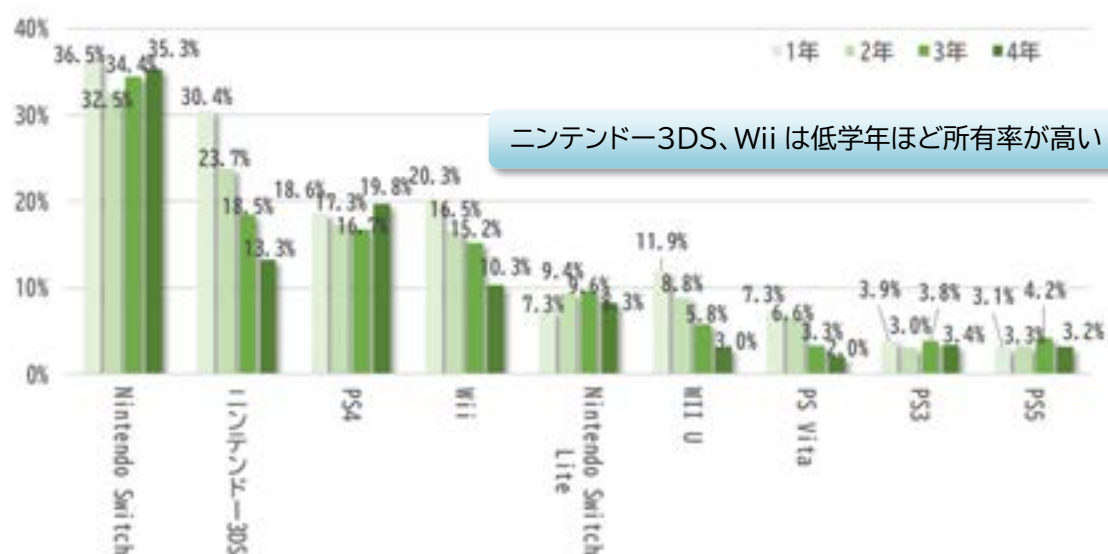
全体



男女別(上位9つ)



学年別(上位9つ)



◆ この1年間で、あなたがお金を使った項目(2021-2022 比較)

定額配信料がやや減少傾向
巣ごもりから外へ:リアル体験がやや増加

項目	男2022	男2021	女2022	女2021	総計2022	総計2021
映画館鑑賞チケットの購入	42.1%	41.8%	60.0%	59.7%	50.7%	50.6%
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	28.6%	30.3%	55.7%	52.3%	41.6%	41.1%
音楽・映像の定額配信料	40.0%	43.4%	41.6%	42.5%	40.8%	43.0%
音楽関連ライブ・コンサートチケットの購入	26.0%	22.9%	56.1%	53.1%	40.4%	37.7%
音楽CD・DVD・BDの購入	20.7%	24.4%	47.2%	49.7%	33.4%	36.8%
コミック(マンガ)の購入	32.3%	36.9%	30.3%	30.3%	31.4%	33.6%
ファンクラブの会費や関連サービス等	13.7%	13.8%	42.8%	44.8%	27.6%	29.0%
コンテンツ関連グッズ・関連商品の購入	17.6%	19.6%	37.8%	33.8%	27.3%	26.6%
ゲームソフトの購入	35.8%	39.4%	14.1%	16.2%	25.4%	28.0%
コミック以外の書籍・雑誌の購入	20.9%	25.8%	27.6%	30.5%	24.1%	28.1%
スポーツ観戦チケットの購入	22.7%	20.0%	10.3%	7.2%	16.8%	13.7%
聖地巡礼など関連場所への旅行	9.2%	7.9%	17.8%	11.9%	13.3%	9.9%
音楽・映像の定額配信を除く有料ダウンロード	7.2%	7.8%	7.1%	9.1%	7.1%	8.4%
音楽CD・DVD・BDのレンタル	5.2%	5.4%	6.5%	8.1%	5.8%	6.7%

2022年青字:やや増加 赤字:やや減少

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

◆ この1年間で、あなたが参加したリアルイベント

* 2021年は未回答を除いて集計

全体

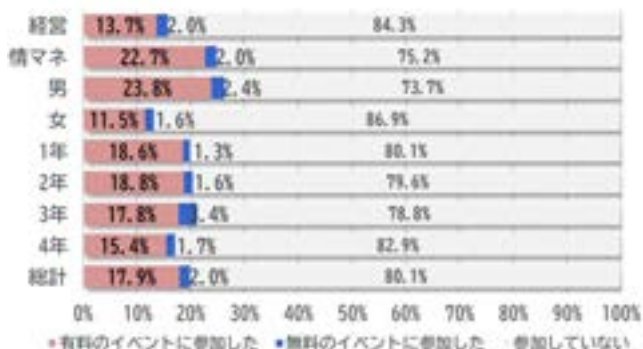


スポーツ(有料)
2021年 12.8%
↑17.9%

音楽(有料)
2021年 24.6%
↑35.8%

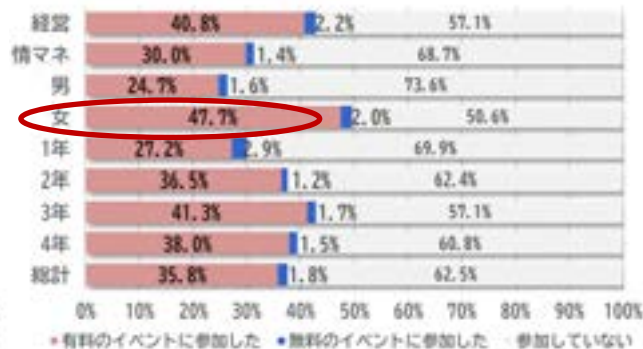
学部・男女・学年別

スポーツ

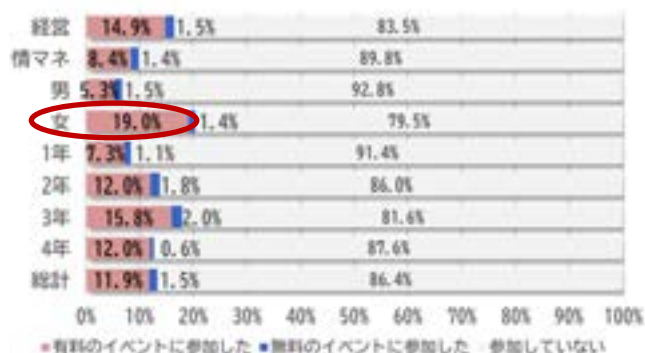


音楽

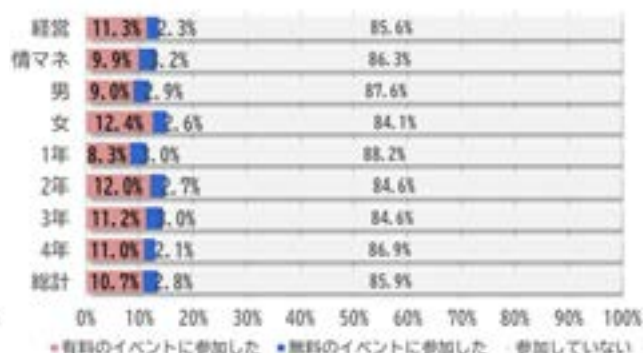
イベント参加は女子学生の割合が高い



演劇・ミュージカル

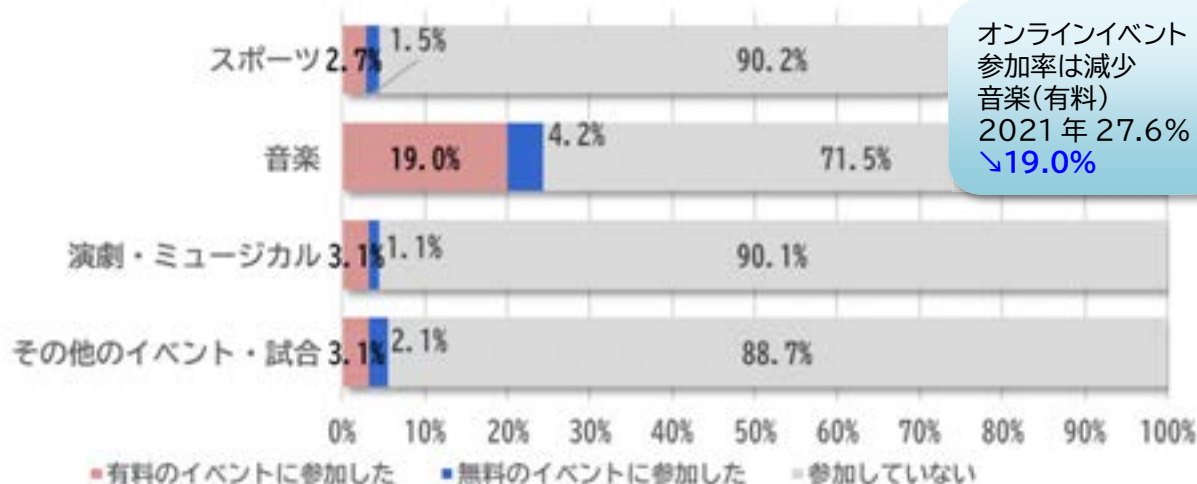


その他のイベント・試合



◆ この1年間で、あなたが参加したオンラインイベント

全体



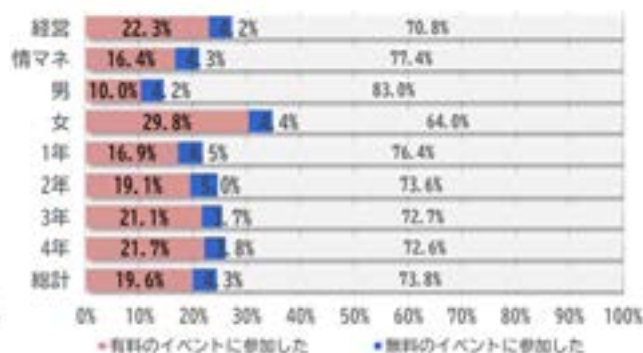
オンラインイベント
参加率は減少
音楽(有料)
2021年 27.6%
↓19.0%

学部・男女・学年別

スポーツ



音楽



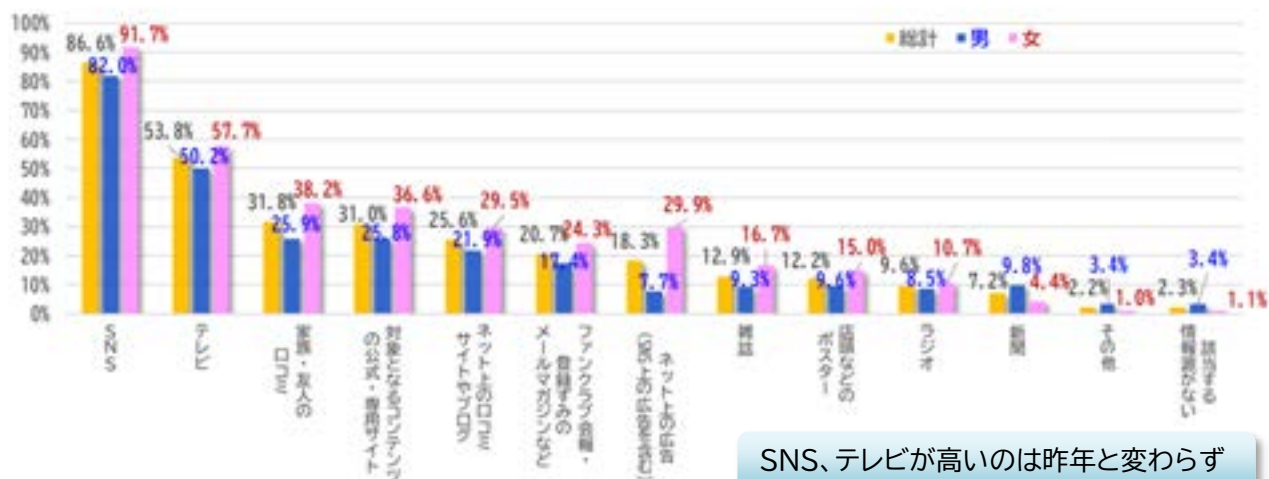
演劇・ミュージカル



その他のイベント・試合

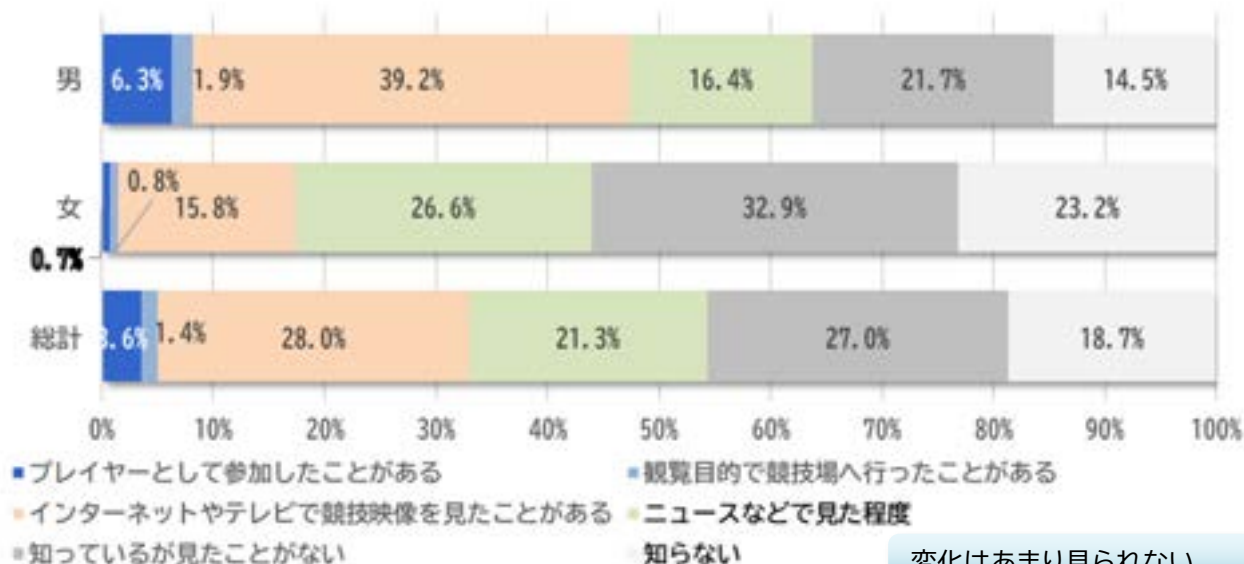


◆ 興味を持っているコンテンツの情報源としてよく使っているもの



◆ 「eスポーツ」について

認知度・参加度



関心

