

10代のゲームセンター利用者、男女とも「友人」同伴が8割弱。 ～10代女性「プリ機」に高い支持。ヤングファミリー層を中心に“明るく広い快適な店”を期待。～

『ゲームセンターに関する調査』(2015年2月度自主調査) 結果トピックス

ジャストリサーチサービス株式会社(本社:東京都中央区)は、2015年2月度のオリジナル調査として、『ゲームセンターに関する調査』を実施致しました。
今回は、近年の一大潮流“コト消費”を象徴するアミューズメント施設(ゲームセンター)に焦点を当て、ユーザーの利用実態、施設への期待点、ゲームジャンルに対するイメージ把握などを目的に実施。その結果がまとまりましたので、ご案内致します。

■ 調査概要

| | |
|---------|------------------------------------|
| 調査地域 | : 一都三県(東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県) |
| 調査方法 | : インターネット調査 |
| 調査対象 | : 直近1年以内に「ゲームセンター」を自身が利用した15～54才男女 |
| サンプルサイズ | : 442サンプル |
| 調査期間 | : 2015年2月6日～2月16日 |

■ 調査結果トピックス

- **ゲームセンターユーザーの同伴形態・施設への期待点**
ゲームセンターの同伴形態を性・年代別で見ると、10代は男女とも「友人」同伴が8割弱に上る。
男性20～30代では「ひとり」、女性30代以上では「子供」「夫」と、「子供連れファミリー」利用が顕著。
ゲームセンター施設に対しては、「店内が明るい」「広々している」など、“快適滞在性”の期待が高い。
- **遊戯・利用ゲームジャンル**
最近1年以内で利用したゲームジャンルは、全体では「クレーンゲーム」が6割弱。
性・年代別で見ると、男性10代で「音楽ゲーム」が半数超と「クレーンゲーム」に並ぶ。
また、女性10代で「プリントシール機」が7割超と突出。
- **プリントシール機の利用機能・活用方法**(※1年以内「プリントシール機」利用者ベース)
プリントシール機の基本機能「デコる」「枚数・サイズ選択」「肌色補正」は半数以上が利用。
今後の利用意向では、「盛りすぎない程度のナチュラル補正」「コスプリ」「ネットで画像取得・閲覧」ニーズが目立つ。

■ 添付資料: 調査結果サマリー

ジャストリサーチサービス株式会社について

マーケティング・リサーチのプロフェッショナルとして、課題解決のための最適なアプローチ方法をご提案します。

◎ 商業施設・小売店の利用実態や商圏把握を始め、顧客満足度調査、広告・販促効果、開業・改装コンセプト受容性など、幅広いテーマのマーケティング課題解決、プロモーション支援のための生活者リサーチをご提案致します。

<http://www.just-research.co.jp/product/kouri.html>

◎ フィールドワーク(実査)とデータ処理の強力な実施体制のもとに、スピーディで正確な一次情報の収集・データ加工を実現。お客様のニーズにタイムリーにお応えいたします。

<http://www.just-research.co.jp/product/index.html>

【引用・転載について】

本リリース内容の引用・転載に際しては、当社名(ジャストリサーチサービス株式会社)の掲載をお願い致します。調査結果サマリー内のグラフ・表データをご利用される場合も同様です。ご不明な点は下記担当までご連絡ください。

【本リリース内容に関するお問合せ】

ジャストリサーチサービス株式会社

〒104-0033 東京都中央区新川 2-20-7 TOKOHビル 6F

TEL: 03-3553-3737 E-mail: info@just-research.co.jp 担当: 山本



ジャストリサーチサービス株式会社
<http://www.just-research.co.jp>

自主調査結果サマリー

ゲームセンターに関する調査

2015年 3月24日



ジャストリサーチサービス株式会社

〒104-0033 東京都中央区新川2-20-7 TOKOHビル6F

TEL 03-3553-3737 FAX 03-3553-3494

URL <http://www.just-research.co.jp/>

(一社)日本マーケティング・リサーチ協会正会員：会員番号20081



1. 調査目的 : ゲームセンターユーザーの利用実態、および施設・ゲームジャンルに対する意識を把握する。

2. 調査方法 : WEB調査
※性・年代別均等割付にてスクリーニング調査を実施し、下記条件該当者を抽出

3. 調査エリア : 一都三県(東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県)

4. 調査対象 : 上記地域居住の15才～54才男女
直近1年以内に「ゲームセンター」を利用(自分が遊戯・利用)した者

5. サンプルサイズ : 計442s
※性・年代別の有効回収数は下記の通り

| | 15～19才 | 20～29才 | 30～39才 | 40～54才 | 合計 |
|----|--------|--------|--------|--------|------|
| 男性 | 56s | 56s | 57s | 55s | 224s |
| 女性 | 56s | 57s | 56s | 49s | 218s |
| 合計 | 112s | 113s | 113s | 104s | 442s |

6. 調査実施期間 : スクリーニング調査 - 2015年 2月 6日(金) ~ 2月 9日(月)
本調査 - 2015年 2月 9日(月) ~ 2月 16日(月)

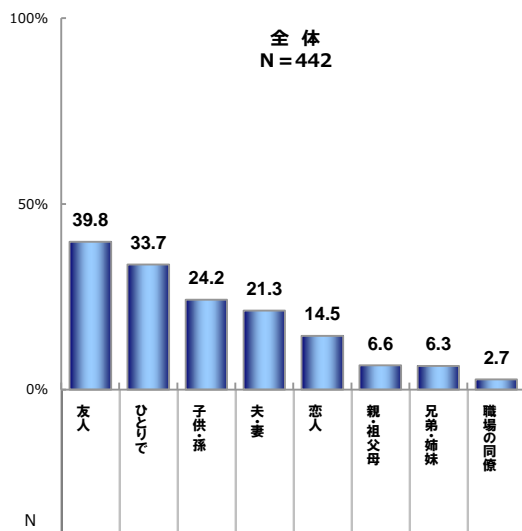
1. ゲームセンターユーザーの同伴形態・施設への期待点

10代は男女とも「友人」同伴が8割弱。男性20～30代では「ひとりで」、女性30代以上では“子供連れファミリー”が目立つ。施設に対しては、「店内が明るい」「広々している」など、“快適滞在性”の期待が高い。

- ◆ 性×年代別で同伴者を見ると、男女とも《10代》で「友人」、《男性20-30代》で「ひとり」、《女性30代以上》で「子供」「夫」が、いずれも他の層に比べて高くなっている。
- ◆ 施設面の期待としては、全体では「明るさ」「広々している」がトップ2。以下、「トイレが清潔」「フロアの清掃」「うるさくない」など、“快適さ・居心地”関連が上位。《子供同伴》ユーザーでは、「子供連れでも入りやすい」（65%）、「広々している」（54%）が全体に比べて10ポイント以上高くなっている。

① ゲームセンター利用時の同伴者

Q. あなたは普段、ゲームセンターをどなたと一緒に利用されますか。
あてはまるものを全てお答えください。(MA)



| 性年代別 | N | | 割合 (%) | | | | | | | |
|--------|-----|-----|--------|------|------|------|------|-------|-------|-------|
| | 男性計 | 女性計 | 友人 | ひとりで | 子供孫 | 夫妻 | 恋人 | 親・祖父母 | 兄弟・姉妹 | 職場の同僚 |
| 男性計 | 224 | 218 | 40.6 | 46.4 | 14.7 | 14.7 | 14.7 | 5.4 | 3.6 | 3.6 |
| 15～19才 | 56 | 56 | 75.0 | 30.4 | 5.4 | 3.6 | 19.6 | 14.3 | 8.9 | - |
| 20～29才 | 56 | 57 | 39.3 | 64.3 | 3.6 | 3.6 | 17.9 | 5.4 | 3.6 | 3.6 |
| 30～39才 | 57 | 55 | 33.3 | 52.6 | 17.5 | 17.5 | - | 1.8 | 3.5 | 3.5 |
| 40～54才 | 55 | 49 | 14.5 | 38.2 | 32.7 | 34.5 | 3.6 | 1.8 | - | 7.3 |
| 女性計 | 218 | 218 | 39.0 | 20.6 | 33.9 | 28.0 | 14.2 | 7.8 | 9.2 | 1.8 |
| 15～19才 | 56 | 56 | 76.8 | 10.7 | 1.8 | 3.6 | 16.1 | 14.3 | 19.6 | - |
| 20～29才 | 57 | 57 | 47.4 | 29.8 | 22.8 | 22.8 | 26.3 | 5.3 | 8.8 | 7.0 |
| 30～39才 | 56 | 56 | 19.6 | 23.2 | 48.2 | 46.4 | 7.1 | 7.1 | 5.4 | - |
| 40～54才 | 49 | 49 | 8.2 | 18.4 | 67.3 | 40.8 | 6.1 | 4.1 | 2.0 | - |

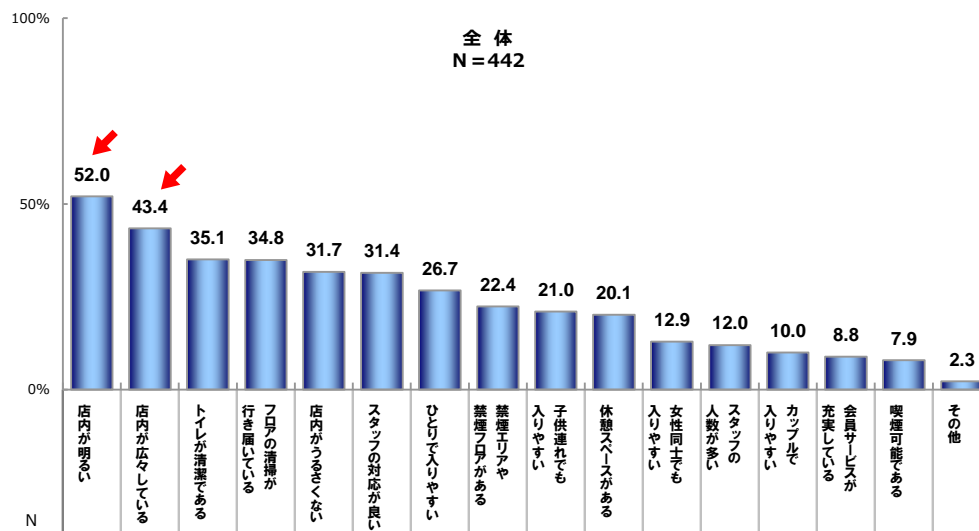
XX.X は全体比+10pt以上
XX.X は全体比+5pt以上 (%)

※ 同伴者を下記4区分の同伴形態に分類、分析軸に用いた。

単独利用：「ひとりで」のみ回答者
友人同伴：「友人」のみ回答者
カップル利用：「恋人」のみ、または「夫・妻」のみ回答者
子供同伴：「子供・孫」回答者

② ゲームセンター施設への期待点

Q. あなたは、ゲームセンターをご自身が利用する際、店の空間・設備・サービスに関して、どのような条件が整っていることを期待しますか。
あてはまるものを全てお答えください。(MA)



| 性年代別 | N | | 割合 (%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------|-----|-----|--------|-----------|-----------|---------|---------|-----------|------------|-----------|----------|-------------|-----------|-------|-------------|-------|-------|-------|-------------|-----------|---------|-----|--|
| | 男性計 | 女性計 | 店内が明るい | 店内が広々している | トイレが清潔である | 行き届いている | フロアの清掃が | 店内がうるさくない | スタッフの対応が良い | ひとりで入りやすい | 禁煙エリアがある | 子供連れでも入りやすい | 休憩スペースがある | 入りやすい | 女性同士でも入りやすい | 人数が多い | スタッフの | 入りやすい | カプセルで充実している | 会員サービスがある | 喫煙可能である | その他 | |
| 男性計 | 224 | 218 | 53.1 | 42.9 | 35.3 | 35.7 | 29.9 | 30.4 | 31.3 | 24.1 | 17.0 | 22.3 | 4.9 | 14.7 | 11.2 | 11.6 | 10.7 | 3.1 | | | | | |
| 15～19才 | 56 | 56 | 51.8 | 30.4 | 33.9 | 33.9 | 35.7 | 33.9 | 25.0 | 26.8 | 7.1 | 21.4 | 5.4 | 16.1 | 10.7 | 17.9 | 5.4 | 1.8 | | | | | |
| 20～29才 | 56 | 56 | 53.6 | 48.2 | 23.2 | 23.2 | 33.9 | 16.1 | 35.7 | 14.3 | 8.9 | 14.3 | 5.4 | 12.5 | 7.1 | 7.1 | 10.7 | 1.8 | | | | | |
| 30～39才 | 57 | 57 | 63.2 | 45.6 | 47.4 | 45.6 | 21.1 | 40.4 | 33.3 | 26.3 | 14.0 | 24.6 | 5.3 | 15.8 | 19.3 | 12.3 | 12.3 | 7.0 | | | | | |
| 40～54才 | 55 | 49 | 43.6 | 47.3 | 36.4 | 40.0 | 29.1 | 30.9 | 30.9 | 29.1 | 38.2 | 29.1 | 3.6 | 14.5 | 7.3 | 9.1 | 14.5 | 1.8 | | | | | |
| 女性計 | 218 | 218 | 50.9 | 44.0 | 34.9 | 33.9 | 33.5 | 32.6 | 22.0 | 20.6 | 25.2 | 17.9 | 21.1 | 9.2 | 8.7 | 6.0 | 5.0 | 1.4 | | | | | |
| 15～19才 | 56 | 56 | 51.8 | 48.2 | 39.3 | 30.4 | 33.9 | 33.9 | 12.5 | 23.2 | 7.1 | 16.1 | 32.1 | 10.7 | 8.9 | 10.7 | 3.6 | 1.8 | | | | | |
| 20～29才 | 57 | 57 | 45.6 | 43.9 | 26.3 | 28.1 | 31.6 | 15.8 | 29.8 | 15.8 | 10.5 | 15.8 | 24.6 | 8.8 | 14.0 | 8.8 | 5.3 | 1.8 | | | | | |
| 30～39才 | 56 | 56 | 46.4 | 42.9 | 33.9 | 30.4 | 35.7 | 41.1 | 17.9 | 17.9 | 33.9 | 21.4 | 10.7 | 8.9 | 3.6 | 1.8 | 5.4 | - | | | | | |
| 40～54才 | 49 | 49 | 61.2 | 40.8 | 40.8 | 49.0 | 32.7 | 40.8 | 28.6 | 26.5 | 53.1 | 18.4 | 16.3 | 8.2 | 8.2 | 2.0 | 6.1 | 2.0 | | | | | |
| 単独利用 | 81 | 81 | 50.6 | 29.6 | 25.9 | 22.2 | 24.7 | 21.0 | 46.9 | 19.8 | 1.2 | 13.6 | 4.9 | 4.9 | 4.9 | 4.9 | 6.2 | 2.5 | | | | | |
| 友人同伴 | 97 | 97 | 41.2 | 44.3 | 35.1 | 33.0 | 36.1 | 23.7 | 15.5 | 16.5 | 5.2 | 12.4 | 19.6 | 9.3 | 1.0 | 2.1 | 2.1 | 2.1 | | | | | |
| カップル利用 | 51 | 51 | 45.1 | 35.3 | 39.2 | 33.3 | 29.4 | 29.4 | 15.7 | 21.6 | 7.8 | 15.7 | 5.9 | 5.9 | 25.5 | 5.9 | 15.7 | 2.0 | | | | | |
| 子供同伴 | 107 | 107 | 57.9 | 54.2 | 33.6 | 37.4 | 29.0 | 38.3 | 14.0 | 27.1 | 64.5 | 21.5 | 14.0 | 18.7 | 8.4 | 10.3 | 7.5 | 1.9 | | | | | |

XX.X は全体比+10pt以上 XX.X は全体比+5pt以上 (%)

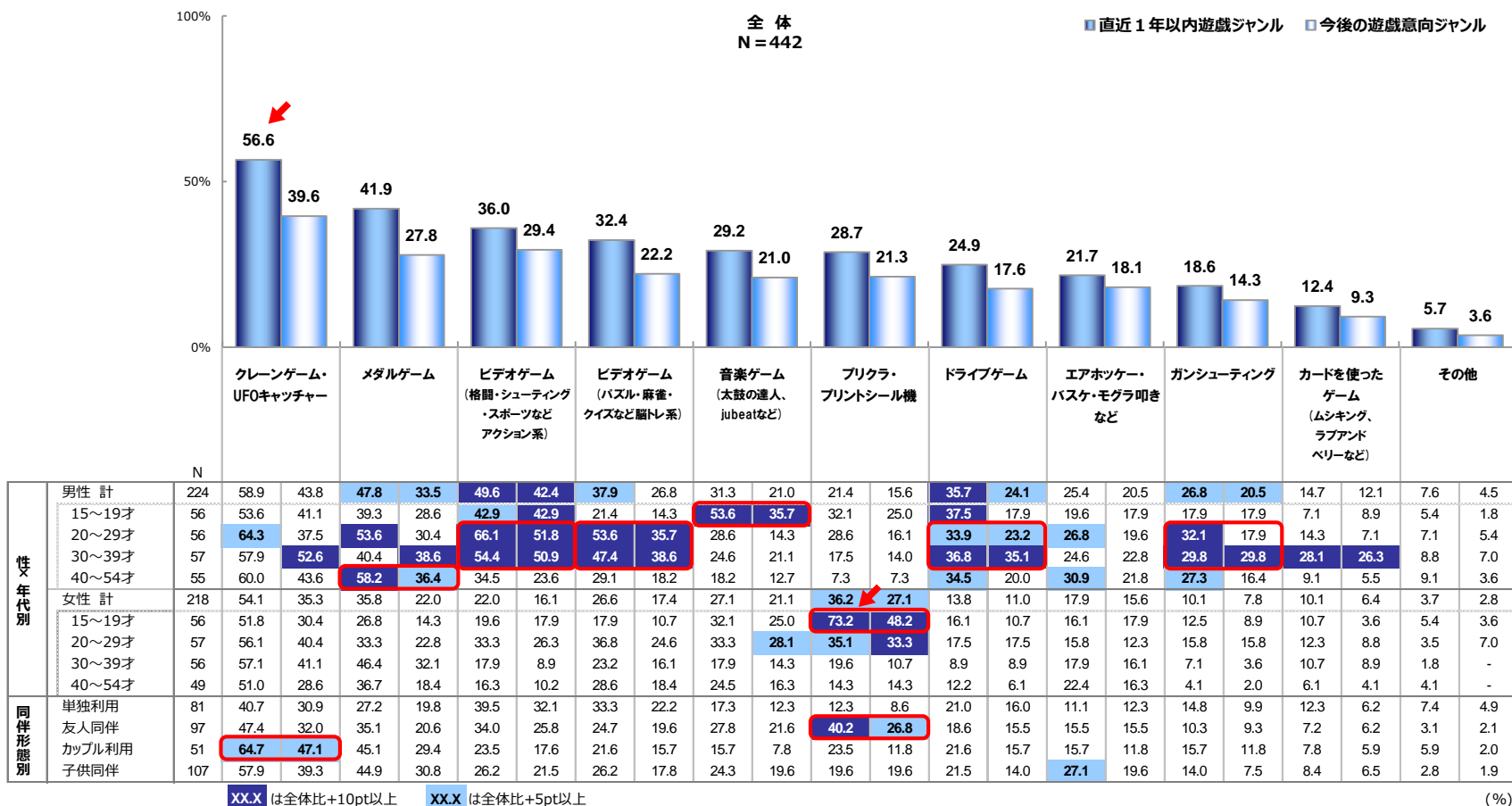
2. 遊戯・利用ゲームジャンル

最近1年以内で利用したゲームジャンルは、「クレーンゲーム」が全体の6割弱。女性10代では「プリントシール機」が7割超と突出。

- ◆ 利用経験・利用意向を同伴形態別に見ると、《カップル》で「クレーンゲーム」が全体に比べて5ポイント以上高くなっている。《友人同伴》では「クレーンゲーム」に次いで「プリントシール機」が2位に挙げられている。
- ◆ 性×年代別で見ると、《男性20-30代》で「ビデオゲーム」「ドライブゲーム」「ガンシューティング」が利用経験・利用意向とも全体を上回り、現状のコアユーザーである模様。また、《男性10代》で「音楽ゲーム」、《男性40代以上》で「メダルゲーム」が全体に比べて高いほか、《女性10代》では「プリントシール機」が7割強（利用経験）とトップ。

直近1年以内に遊戯・利用したゲームジャンル（左側） / 今後（も）遊戯・利用したいゲームジャンル（右側）

Q. あなたが、最近1年以内にゲームセンターでプレイしたゲーム機のジャンルを全てお答えください。また、今後（も）プレイしたいと思うジャンルがありましたら、あてはまるものを全てお答えください。（各MA）



(%)

3. 各ゲームジャンルのイメージポジショニング

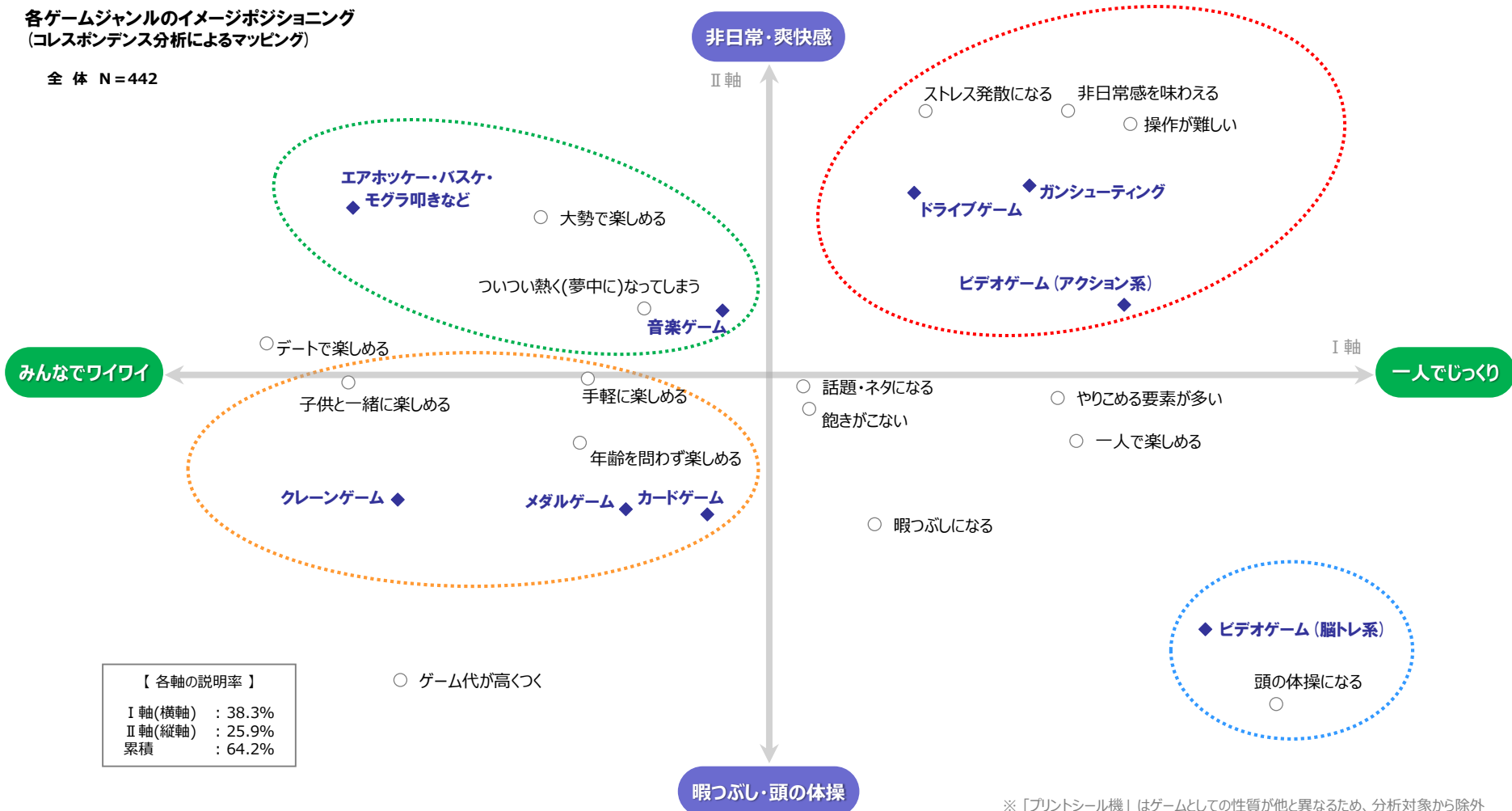
今回の聴取イメージからは、“みんなでワイワイ”⇔“一人でじっくり”×“非日常・爽快感”⇔“暇つぶし・頭の体操”の4象限に分類される。

- ◆ 利用経験率1位の《クレーンゲーム》および2位の《メダルゲーム》は、「子供と一緒に」「手軽に」「年齢を問わず楽しめる」など、“みんなでワイワイ”かつ“暇つぶし”の方向性。
- ◆ 3位、4位の《ビデオゲーム(アクション系/脳トレ系)》は、いずれも“一人でじっくり”の方向性にあり、『アクション系』は《ドライブゲーム》《ガンシューティング》と同様に、「非日常感」「ストレス発散」といった“非日常・爽快感”イメージに近い。一方、『脳トレ系』は、「頭の体操になる」に近く、他のジャンルとは異なる独自のポジションにある。

Q. 以下にあげるゲーム機について、あなたどのようなイメージをお持ちですか。それぞれあてはまるものを全てお答えください。(各MA)

各ゲームジャンルのイメージポジショニング (コレスポネンス分析によるマッピング)

全体 N=442



※「プリントシール機」はゲームとしての性質が他と異なるため、分析対象から除外

4. プリントシール機の利用機能・活用方法

プリントシール機の基本機能「デコる」「枚数・サイズ選択」「肌色補正」は半数以上が利用。
その他の機能・活用方法では、「ナチュラル補正」「コスプレ」「ネットで画像取得・閲覧」ニーズが目立つ。

- ◆ 1年以内に利用した機能は、「デコる」が8割超とトップ。以下、「枚数・サイズ選択」「肌色補正」が6割前後、「盛り過ぎないナチュラル補正」が5割で続く。
- ◆ 今後（も）利用したい機能としては、「ナチュラル補正」が3位にランクイン。「コスプレ」「ネットで画像取得・閲覧」も3割台と、上位に挙げられている。

Q. プリクラ・プリントシール機の機能・活用方法として、あなたが最近1年以内に利用したものがありましたら、あてはまるものを全てお答えください。
また、今後（も）あってほしい・利用したい機能・活用方法がありましたら、あてはまるものを全てお答えください。（各MA）

※直近1年以内「プリクラ・プリントシール機」利用者ベース

