

<ジーコム独自調査レポート No.123>

ジャンルによって異なるエンタメ参加のきっかけ

福岡県居住者のエンタメ・イベント行動に関する調査

2019年4月

調査概要

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

2019年3月8日（金）～3月15日（金）

4. 調査規模

453サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	196	43.3
女性	257	56.7
全体	453	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	53	11.7
30代	100	22.1
40代	100	22.1
50代	100	22.1
60代以上	100	22.1
全体	453	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	140	30.9
公務員	16	3.5
団体職員・病院勤務	9	2.0
経営者・会社役員	6	1.3
派遣社員・契約社員	21	4.6
商工自営	17	3.8
農林漁業	1	0.2
自由業	10	2.2
学生	8	1.8
パート・アルバイト	69	15.2
専業主婦(主夫)	105	23.2
無職	44	9.7
その他	7	1.5
全体	453	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	251	55.4
福岡市以外都市圏	96	21.2
その他福岡県	106	23.4
全体	453	100.0

■ライフステージ	件数	構成比(%)
未婚	112	24.7
既婚・子どもなし	61	13.5
既婚・子どもが小学生以下	118	26.0
既婚・子どもが中学生以上で扶養	51	11.3
既婚・子育て終了	111	24.5
全体	453	100.0

【報告書の見方】

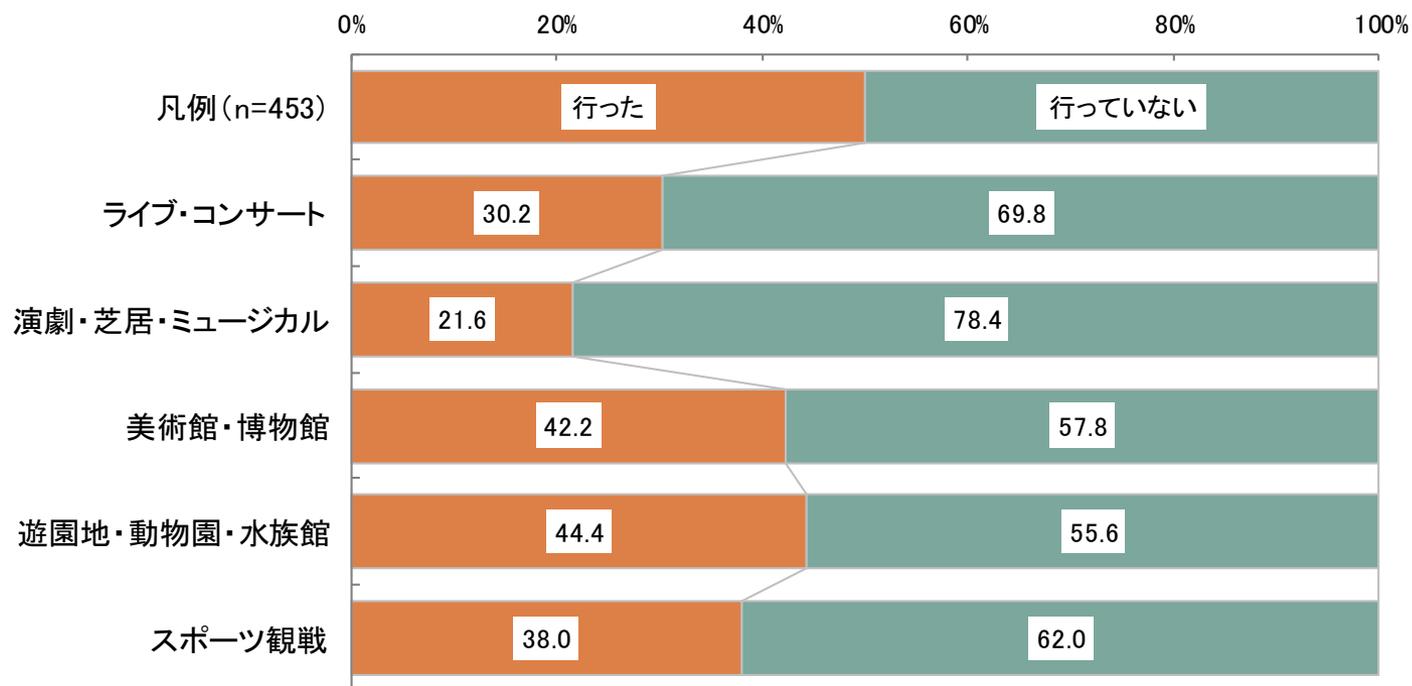
- 本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- 複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- 報告書中の図表では、コンピューター入力都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

1. エンタメの参加率

いずれのエンタメも一年のうちに、「行っていない」割合が「行った」割合より高い。

参加したエンタメは、「遊園地・動物園・水族館」の割合が44.4%、「美術館・博物館」42.2%、「スポーツ観戦」38.0%の順で高い。

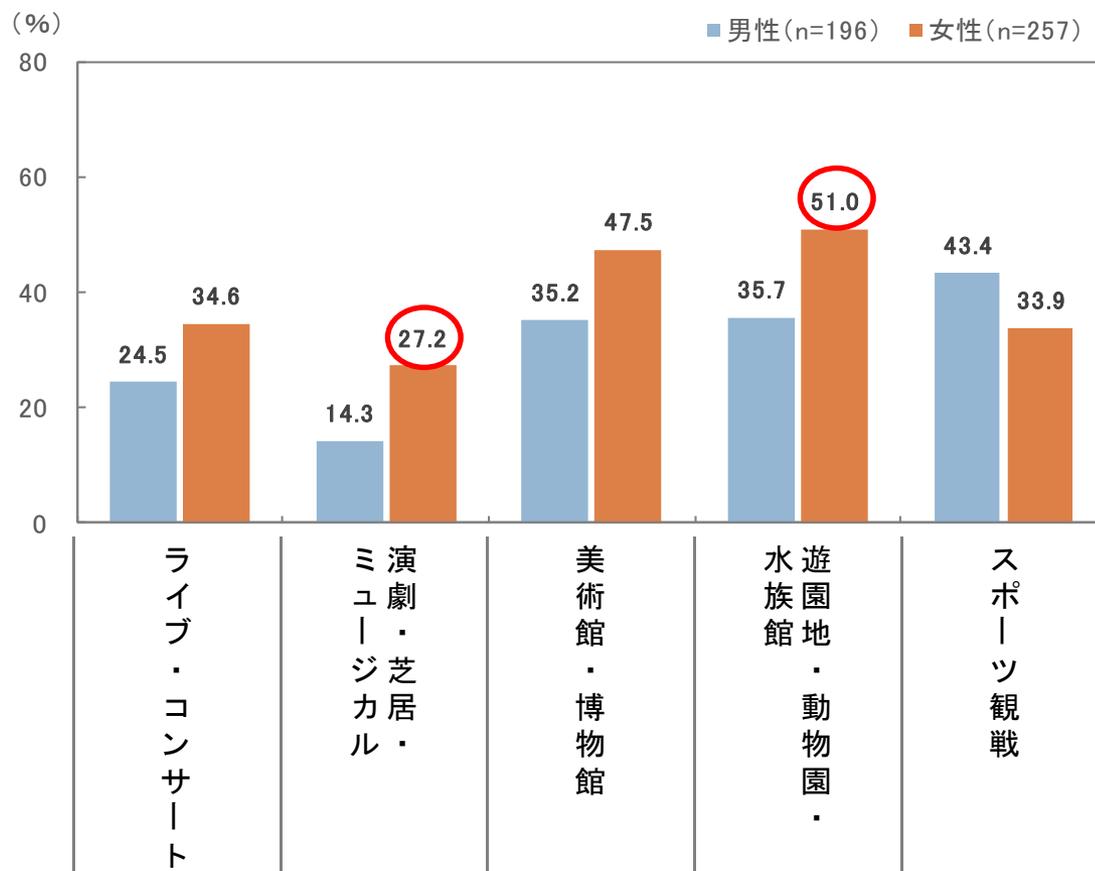
◆エンタメの参加有無【単一回答】



女性の参加率が高いエンタメ。

・エンタメの参加層を性別で見ると、女性の参加率が男性よりも高い項目が多く、「演劇・芝居・ミュージカル」と「遊園地・動物園・水族館」では女性の方が顕著に高い。一方、「スポーツ観戦」は男性の参加率が高い。

◆エンタメ参加の男女比【単一回答】



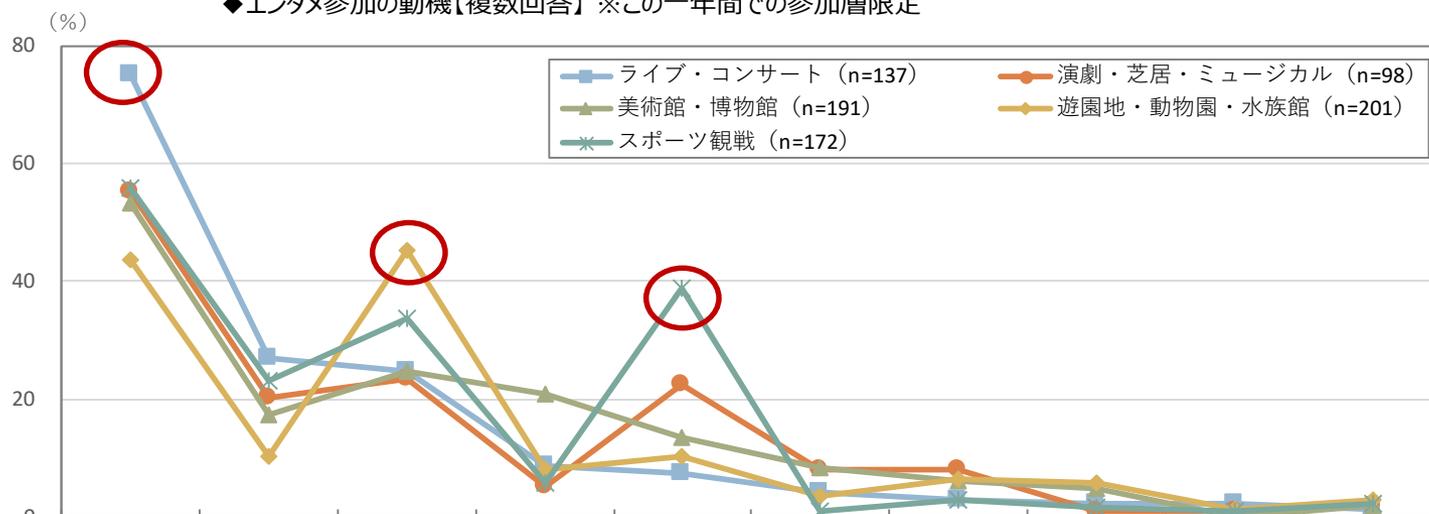
2. エンタメ参加の動機

自発的に参加する「ライブ・コンサート」に対し、誘われて行く「遊園地・動物園・水族館」。割引券が有効な「スポーツ観戦」。

参加の動機は、エンタメの全項目で「普段から興味・関心がある」の割合が高い。

項目別の参加動機は、ライブ・コンサートは「普段から興味・関心がある」の割合が75.2%で顕著に高い。また、遊園地・動物園・水族館は「友人や知人、家族に誘われた」の割合が45.3%、スポーツ観戦は「割引券や無料のチケットをもらった」の割合が39.0%と他の項目に比べて高く、エンタメのジャンルによって参加の動機が異なっている。

◆エンタメ参加の動機【複数回答】※この一年間での参加層限定



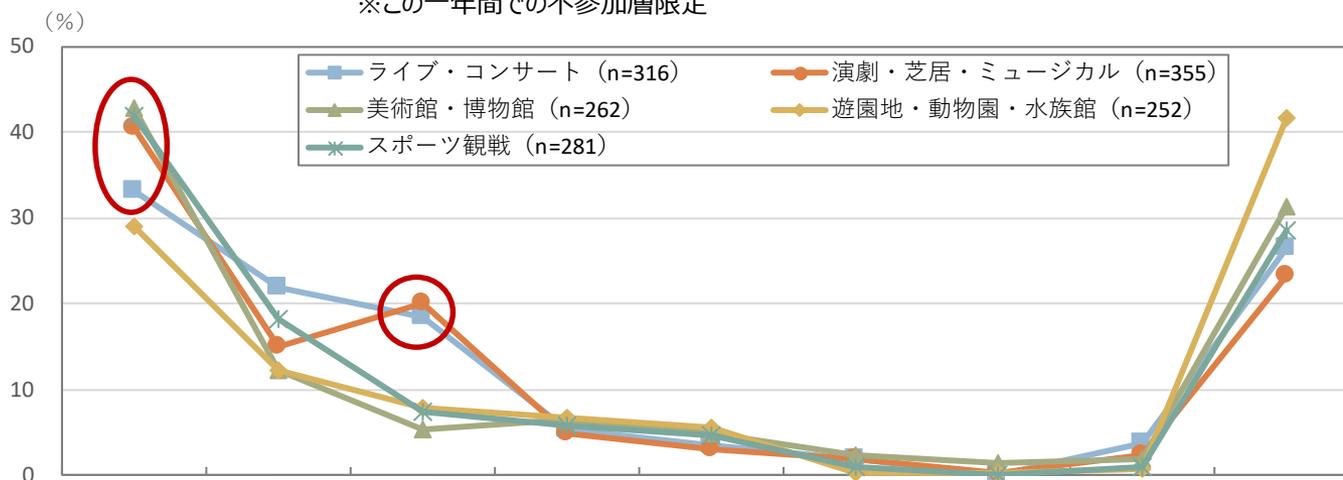
調査数	普段から興味・関心がある	実際の会場での満足感がある	友人や知人、家族に誘われた	知的好奇心が満たされる	割引券や無料のチケットをもらった	興味を持っていた	広告・宣伝	評判がよかった	暇つぶしになる	その他	特に理由はない
ライブ・コンサート	137	75.2	27.0	24.8	8.8	7.3	4.4	2.9	2.2	2.2	1.5
演劇・芝居・ミュージカル	98	55.1	20.4	23.5	5.1	22.4	8.2	8.2	1.0	1.0	2.0
美術館・博物館	191	53.4	17.3	24.6	20.9	13.6	8.4	6.3	4.7	-	2.1
遊園地・動物園・水族館	201	43.8	10.4	45.3	8.0	10.4	3.5	6.5	6.0	1.5	3.0
スポーツ観戦	172	55.8	23.3	33.7	5.8	39.0	1.2	2.9	1.7	1.2	2.3

3. エンタメに参加しない理由

普段からの関心の有無が参加度を左右している。

参加しない理由は、「スポーツ観戦」以外の4項目で「興味・関心がない」が最も高い。また、ライブ・コンサートと演劇・芝居・ミュージカルは、「料金が高い」の割合が他の項目に比べて高い。

◆エンタメに参加しない理由【複数回答】
※この一年間での不参加層限定



調査数	興味・関心がない	時間が合わない	料金が高い	一緒に行く人がいない	近くに施設がない	開催日や内容などの情報がわからない	評判を聞かない	その他	特に理由はない	
ライブ・コンサート	316	33.2	21.8	18.4	5.4	3.5	1.9	0.0	3.8	26.6
演劇・芝居・ミュージカル	355	40.6	14.9	20.0	4.8	3.1	2.0	0.3	2.3	23.4
美術館・博物館	262	42.7	12.2	5.3	6.5	5.0	2.3	1.5	1.9	31.3
遊園地・動物園・水族館	252	29.0	12.3	7.9	6.7	5.6	0.4	0.4	0.8	41.7
スポーツ観戦	281	42.0	18.1	7.5	5.7	4.6	1.1	-	1.1	28.5

「興味・関心がない」という回答を、性別、年代別に見ると、

・ライブ・コンサートは、60代以上で高く、演劇・芝居・ミュージカルは、男性で高い。

・美術館・博物館は、30代以下で高く、スポーツ観戦は、女性で高い。

というように、属性によって異なっている。

◆エンタメに参加しない理由【複数回答】

※この一年間での不参加層限定

【%】

		調査数	興味・関心がない	スケジュールがない	料金が安い	一緒に行く人がいない	近くに施設がない	開催日や内容がわからない	評判を聞かない	その他	特に理由はない	
ライブ・コンサート	全体	316	33.2	21.8	18.4	5.4	3.5	1.9	-	3.8	26.6	
	性別	男性	148	33.8	21.6	14.2	4.7	2.0	2.7	-	2.0	29.7
		女性	168	32.7	22.0	22.0	6.0	4.8	1.2	-	5.4	23.8
	年代別	30代以下	100	34.0	24.0	20.0	6.0	2.0	2.0	-	4.0	23.0
		40・50代	142	26.8	23.9	19.0	5.6	4.9	2.8	-	3.5	29.6
		60代以上	74	44.6	14.9	14.9	4.1	2.7	-	-	4.1	25.7

		調査数	興味・関心がない	スケジュールがない	料金が安い	一緒に行く人がいない	近くに施設がない	開催日や内容がわからない	評判を聞かない	その他	特に理由はない	
演劇・芝居・ミュージカル	全体	355	40.6	14.9	20.0	4.8	3.1	2.0	0.3	2.3	23.4	
	性別	男性	168	47.0	13.7	13.1	3.0	1.2	1.2	-	1.8	26.8
		女性	187	34.8	16.0	26.2	6.4	4.8	2.7	0.5	2.7	20.3
	年代別	30代以下	118	48.3	16.1	17.8	4.2	0.8	0.8	-	-	22.9
		40・50代	162	35.8	15.4	21.0	3.7	3.7	3.7	0.6	3.1	24.1
		60代以上	75	38.7	12.0	21.3	8.0	5.3	-	-	4.0	22.7

◆エンタメに参加しない理由【複数回答】

※この一年間での不参加層限定

【%】

		調査数	興味から関心が	わけないから合	時間がないがス	料金が	高いから	一緒に行く人が	近くに施設が	知らないからわか	開催日や内容な	評判を聞かない	その他	特に理由はない	
美術館・博物館	全体	262	42.7	12.2	5.3	6.5	5.0	2.3	1.5	1.9	31.3				
	性別	男性	127	46.5	9.4	4.7	4.7	3.9	0.8	0.8	1.6	35.4			
		女性	135	39.3	14.8	5.9	8.1	5.9	3.7	2.2	2.2	27.4			
	年代別	30代以下	98	54.1	12.2	7.1	5.1	1.0	1.0	2.0	-	25.5			
		40・50代	118	36.4	12.7	5.9	5.9	6.8	4.2	1.7	0.8	34.7			
60代以上		46	34.8	10.9	-	10.9	8.7	-	-	8.7	34.8				
遊園地・動物園 水族館	全体	252	29.0	12.3	7.9	6.7	5.6	0.4	0.4	0.8	41.7				
	性別	男性	126	31.7	15.9	5.6	7.9	4.0	-	0.8	-	38.9			
		女性	126	26.2	8.7	10.3	5.6	7.1	0.8	-	1.6	44.4			
	年代別	30代以下	61	24.6	13.1	16.4	1.6	4.9	-	-	-	44.3			
		40・50代	127	28.3	13.4	7.1	6.3	4.7	-	0.8	-	44.1			
60代以上		64	34.4	9.4	1.6	12.5	7.8	1.6	-	3.1	34.4				
スポーツ観戦	全体	281	42.0	18.1	7.5	5.7	4.6	1.1	-	1.1	28.5				
	性別	男性	111	26.1	27.0	12.6	5.4	4.5	1.8	-	-	33.3			
		女性	170	52.4	12.4	4.1	5.9	4.7	0.6	-	1.8	25.3			
	年代別	30代以下	87	51.7	12.6	3.4	5.7	1.1	2.3	-	1.1	27.6			
		40・50代	130	36.2	20.8	9.2	4.6	4.6	-	-	-	30.0			
60代以上		64	40.6	20.3	9.4	7.8	9.4	1.6	-	3.1	26.6				

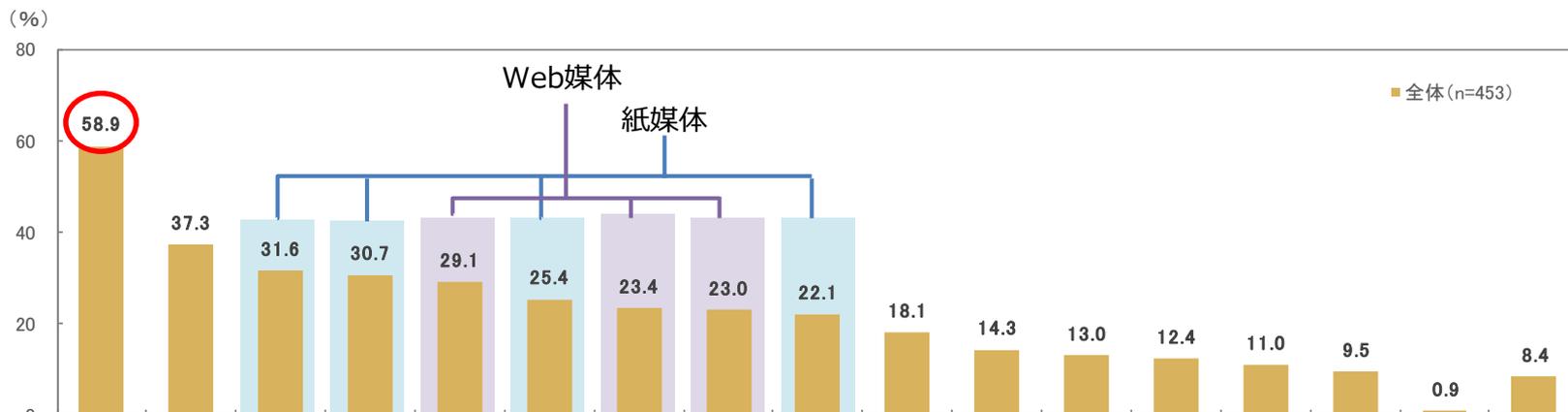
4. イベント情報の収集先

イベント情報はテレビで入手する人が多いが、口コミや紙媒体、Web媒体と幅広いツールでも収集している。

イベントの情報の入手先は、「テレビ番組・CM」の割合が58.9%と顕著に高い。次いで「友人・知人・家族からの口コミ」の割合が37.3%となっている。また、「フリーペーパー」「新聞記事・広告」「市町村の広報誌」「施設や会場に置いてあるチラシ」など紙媒体や、「インターネットの専門情報サイト」「その他のインターネット上の情報」「SNS」などWeb媒体など幅広い手段で情報が取得されている。

・年代別で見ると、年代が上がるにつれて「新聞記事・広告」の割合が高くなっている。また、年代が下がるにつれて「SNS」の割合が高くなっている。

◆イベント情報の収集先【複数回答】



調査数	テレビ番組・CM	友人・知人・家族からの口コミ	フリーペーパー	新聞記事・広告	インターネットの専門情報サイト	市町村の広報誌	その他のインターネット上の情報	SNS	施設や会場に置いてあるチラシ	駅・電車内・バス内などの交通広告	雑誌	メールマガジン	ラジオ番組・CM	屋外の看板やポスター	ブログ	その他	特に入手していない	
全体	453	58.9	37.3	31.6	30.7	29.1	25.4	23.4	23.0	22.1	18.1	14.3	13.0	12.4	11.0	9.5	0.9	8.4
年代別	30代以下	153	56.9	41.2	29.4	17.0	28.8	21.6	23.5	21.6	20.9	17.6	3.9	9.2	13.7	11.8	1.3	7.8
	40・50代	200	61.0	34.0	36.5	33.0	33.0	25.0	25.0	22.0	19.5	15.0	20.0	15.5	9.5	10.5	1.0	6.5
	60代以上	100	58.0	38.0	25.0	47.0	22.0	32.0	20.0	5.0	23.0	11.0	8.0	13.0	11.0	10.0	4.0	-

* 網掛けは20%以上の媒体を分類

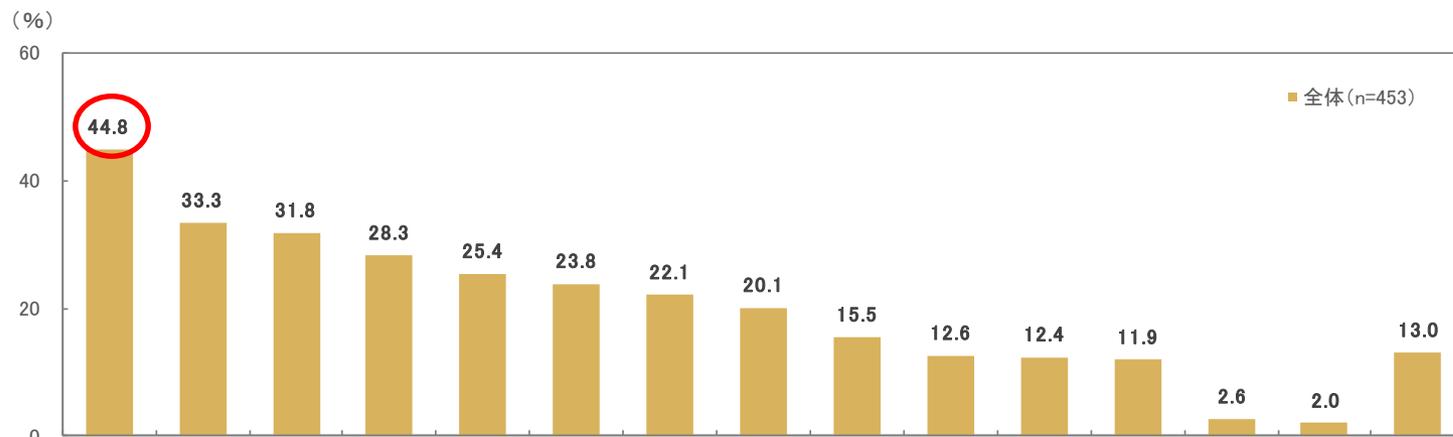
5. 参加したいイベントジャンル

「グルメ・お酒」のイベントは、全年代がターゲットになり得る。「祭り・花火」「イルミネーション」は若年層のニーズがより高い。

今後参加したいイベントのジャンルは「グルメ・お酒」の割合が44.8%と最も高く、次いで「祭り・花火」33.3%、「音楽」31.8%の順である。

・年代別で見ると、年代が下がるにつれて「グルメ・お酒」と「祭り・花火」の割合が高くなっている。

◆参加したいイベントジャンル【複数回答】



調査数	グルメ・お酒	祭り・花火	音楽	野菜などの直売	フリーマーケットや	自然とのふれあい	運動・スポーツ	美術展	イルミネーション	演劇	文化イベント（料理、スケッチなど）	歴史	キャンプ	eスポーツ	その他	特にない
全体	453	44.8	33.3	31.8	28.3	25.4	23.8	22.1	20.1	15.5	12.6	12.4	11.9	2.6	2.0	13.0
年代別																
30代以下	153	50.3	44.4	29.4	25.5	29.4	27.5	13.7	25.5	14.4	13.1	5.2	19.6	2.0	2.6	9.8
40・50代	200	48.0	30.5	35.0	29.5	23.0	22.5	26.0	21.0	17.0	10.0	13.5	12.0	4.5	1.5	10.5
60代以上	100	30.0	22.0	29.0	30.0	24.0	21.0	27.0	10.0	14.0	17.0	21.0	-	-	2.0	23.0

6. 過去参加し印象に残ったイベント

非日常体験ができたときに、印象に残るイベントとなる。

過去参加し印象に残ったイベントは、下記のジャンル以外にも「スポーツ観戦」「イルミネーション」「美術展」「運動・スポーツ」など様々なイベントが挙げられていた。またその理由を見てみると、日常では経験できないこと（見る・味わう・聞く・買う・作る等）を体験した場合に、良い印象の記憶となっているコメントが多く見られた。

◆過去参加し印象に残ったイベント【自由回答】
※希望ジャンル上位の一部抜粋

ジャンル	イベント名	印象に残っていること
グルメ・お酒	酒蔵びらき	作っているところを見れたり、実際に味わうこともできて楽しかった
	九州地ビールフェア	初めて行った地ビールのイベントで、色んな地域の地ビールが飲み、購入したビールを持って海辺で飲み、とても開放的で楽しかった
	福智スイーツ大茶会	いろんな地域のスイーツがあって楽しかったから
	オクトーバーフェスト	身近な公園で非日常を味わえた。お客さんもいっぱいいて賑やかだった
祭り・花火	クリスマスマーケット	日本なのに、海外のクリスマスマーケットと同じような雰囲気を味わえたから
	シーサイドもち花火ファンタジアFUKUOKA	花火を有料で観るというこれまでになかった常識を打ち破り、迫力のスケールだったから
	海の中道の子どもフェア	入園料が無料だったり、フードトラックが出ていたりして子どもがとても喜んで遊んだり食べたりしていた
音楽	糸島サンセットライブ	交通の便は良くないが、海辺のロケーションでのライブは素晴らしかった。好きなミュージシャンも来てくれたので楽しかった
	中洲ジャズフェス	大人の盛り上がり感がとても気持ちいい
	手裏剣 プラネタリウムイベント	プラネタリウム投影とコラボして幻想的で良かった
フリマ・産直	フリーマーケット	宝探しのように見て回るだけでも楽しい
	朝倉復興支援マルシェ	被災地への直接支援になり、参加者も貢献度合いが見えて良い
	ファーマーズマーケット	野菜がとても美味しそうで、生産者の顔も見えるので身近に感じられた。子どもも野菜に興味を持ってくれたので、食育にも役立った
自然とのふれあい	セブンの森環境活動	森林の整備に携わって、環境について考える良い機会になった
	田植え	どろどろになって暑くて大変だったが、昔の人の苦勞が分かり食べ物の大切さについて考えさせられた
	味噌作り	初めての体験で、自分で作った味噌を味噌汁として食べるのが幸せでした

* 網掛けは「日常で経験できないこと」部分のコメント

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL : <http://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail : inq@gcom-net.co.jp