

**東京ゲームショウ2001秋  
来場者調査**

**報告書**

**2001年11月**

**社団法人コンピュータエンターテインメントソフトウェア協会**

# 目 次

	PAGE	
調査のデザイン -----	2	
. 東京ゲームショウ2001秋来場者調査・回答者特性		
1. 男 女 -----	3	
2. 年 齢 -----	3	
3. 居住地 -----	4	
4. 職 業 -----	4	
. ゲーム接触状況		
1. 保有ハードウェア -----	5	
2. プレイステーション2対応ソフトウェアの所有本数 -----	6	
3. プレイステーション2・ニンテンドーゲームキューブの満足度 -----	7	
4. 購入希望のハードウェア -----	8	
5. ハードウェア3機種の購入意向度合い -----	9	
6. ニンテンドーゲームキューブの購入意向内容 -----	11	
7. 好きなゲームジャンル -----	14	
8. 週間プレイ日数 -----	15	
9. ゲームプレイ時間 -----	16	
10. 半年間のソフトウェア平均購入本数と内容に満足した本数 -----	17	
11. ソフトウェア購入時の参考媒体 -----	18	
. 携帯電話・PHS所有状況		
1. 所有携帯電話・PHSのキャリア -----	19	
2. アプリ対応ゲームのプレイ状況 -----	20	
. 出展ブース・タイトルの評価 -----		21
. 物販ブースの利用状況		
1. 物販ブースの立ち寄り状況 -----	22	
2. 当日の平均所持金額/物販ブースでの平均使用金額(予定) -----	23	
3. 物販ブースでの購入(予定)商品 -----	24	
. 特典つきソフトウェアの需要		
1. 特典つきソフトウェアの認知 -----	25	
2. 特典つきソフトウェアの購入経験 -----	26	
3. 特典に対する満足度 -----	26	
4. 今後の特典つきソフトウェアに対するニーズ -----	27	
. 東京ゲームショウ2001秋来場状況		
1. 認知経路 -----	28	
2. 過去の東京ゲームショウ来場経験 -----	29	
付1) 調査票見本 -----	30	
付2) アンケートブース設置ポイント -----	34	

## 調査のデザイン

- 1 調査の目的 : C E S A主催の「東京ゲームショウ2001秋」(以下、T G S 2001秋)来場者(ゲームユーザー)の基本特性、ゲームに対する接触状況を捉えユーザー像を把握し、C E S A会員各社のマーケティング戦略に役立つ資料を入手する。
- 2 調査の対象者 : T G S 2001秋に来場した10~49才の男女個人  
過去のT G S来場者調査では、年齢の上限を39才としていたが、今回は49才までひろげている。
- 3 調査の方法 : T G S 2001秋の会場内に設置した3カ所のブースにおける自記式アンケート調査。  
ブース設置ポイントはP34を参照。
- 4 調査の日時 : 2001年10月14日(日) [10:00~17:00]

- 5 来場・回収状況 :

	総入場者数	回収標本数	有効標本数
10月12日(金)	31,975 人	-	-
10月13日(土)	48,059 人	-	-
10月14日(日)	49,592 人	1,180 S	1,128 S
合計	129,626 人	1,180 S	1,128 S

10月12日(金)は、12時30分までビジネスタイム。

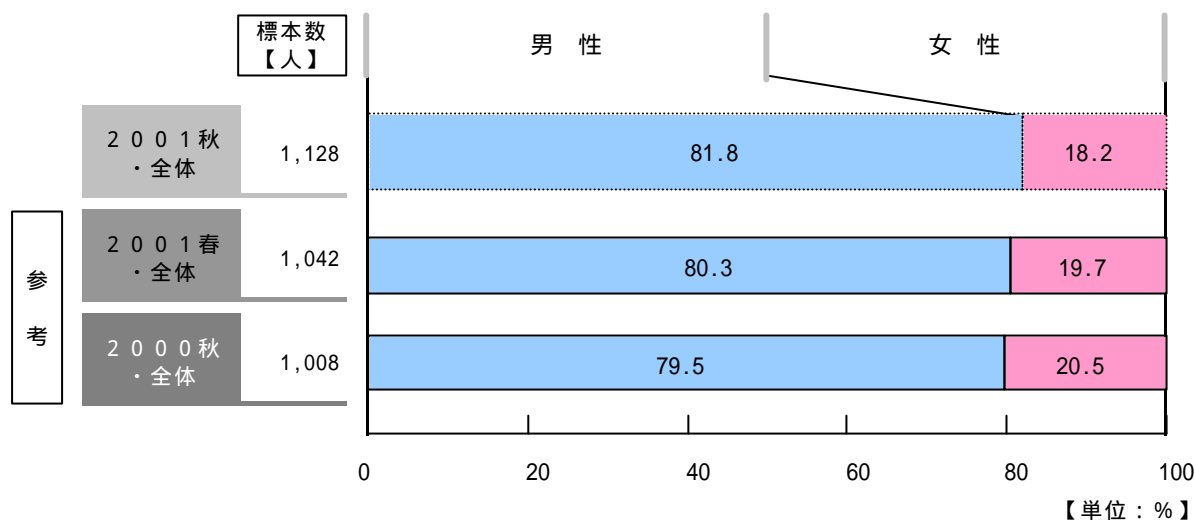
### 過去10回の概要

	日 時	来場者数 (3日間計)
'96	'96年8月22日(木)~24日(土) 於:東京ビッグサイト	109,649人
'97春	'97年4月4日(金)~6日(日) 於:東京ビッグサイト	121,172人
'97秋	'97年9月5日(金)~7日(日) 於:幕張メッセ	140,630人
'98春	'98年3月20日(金)~22日(日) 於:幕張メッセ	147,193人
'98秋	'98年10月9日(金)~11日(日) 於:幕張メッセ	156,455人
'99春	'99年3月19日(金)~21日(日) 於:幕張メッセ	163,448人
'99秋	'99年9月17日(金)~19日(日) 於:幕張メッセ	163,866人
2000春	2000年3月31日(金)~4月2日(日) 於:幕張メッセ	131,708人
2000秋	2000年9月22日(金)~24日(日) 於:幕張メッセ	137,400人
2001春	2001年3月30日(金)~4月1日(日) 於:幕張メッセ	118,080人

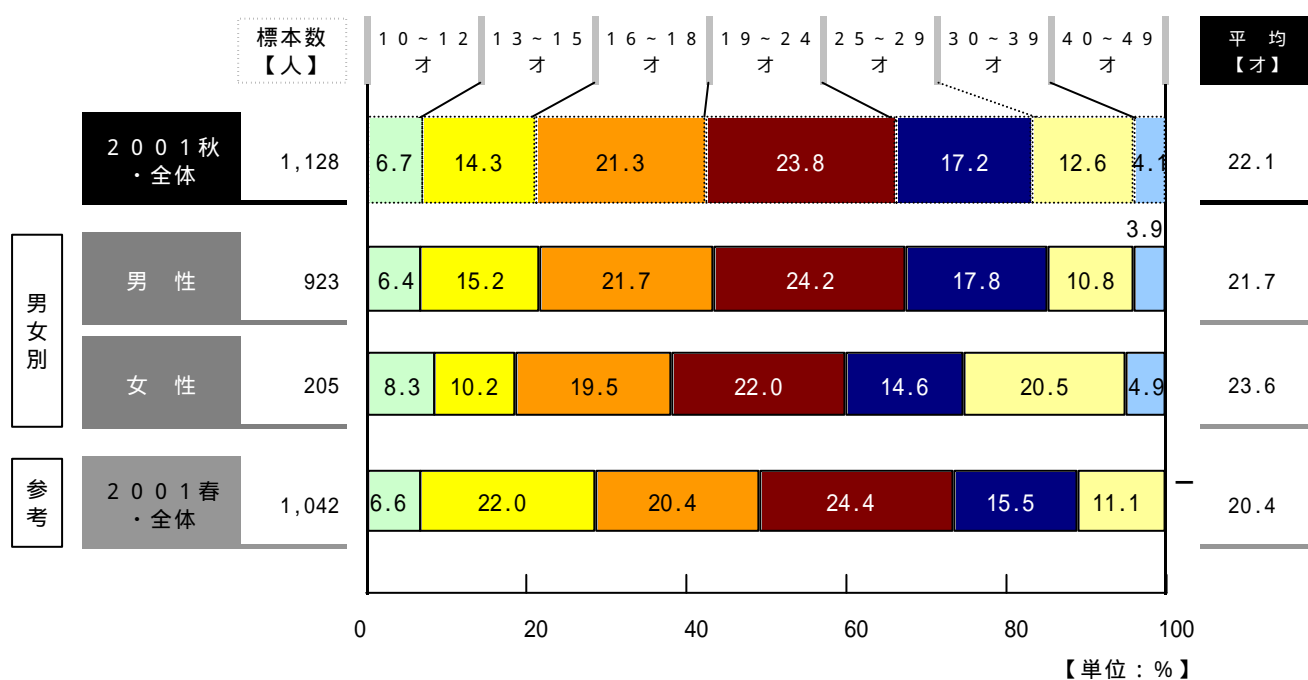
- 6 分析の方法 : 対象者の特性及びゲームプレイ頻度別を中心としたクロス分析。  
なお、当調査はコアユーザーが多く来場するT G S来場者を対象としているため、各調査結果と一般生活者のそれとは差異があることを考慮する必要がある。  
また、基本特性などの定型項目に関して、2001春及び2000秋の調査結果(直近2回)と比較しているが、2001春の対象年齢が10~39才、2000秋のそれが5~39才とそれぞれ違うため、単純に比較できない点にも留意する必要がある。
- 7 調査の主体 : 実施主体: C E S A  
企画主体: 日本テレネット株式会社  
実査・集計: 株式会社 市場調査社 大阪

# 東京ゲームショウ2001秋来場者調査・回答者特性

## 1. 男女



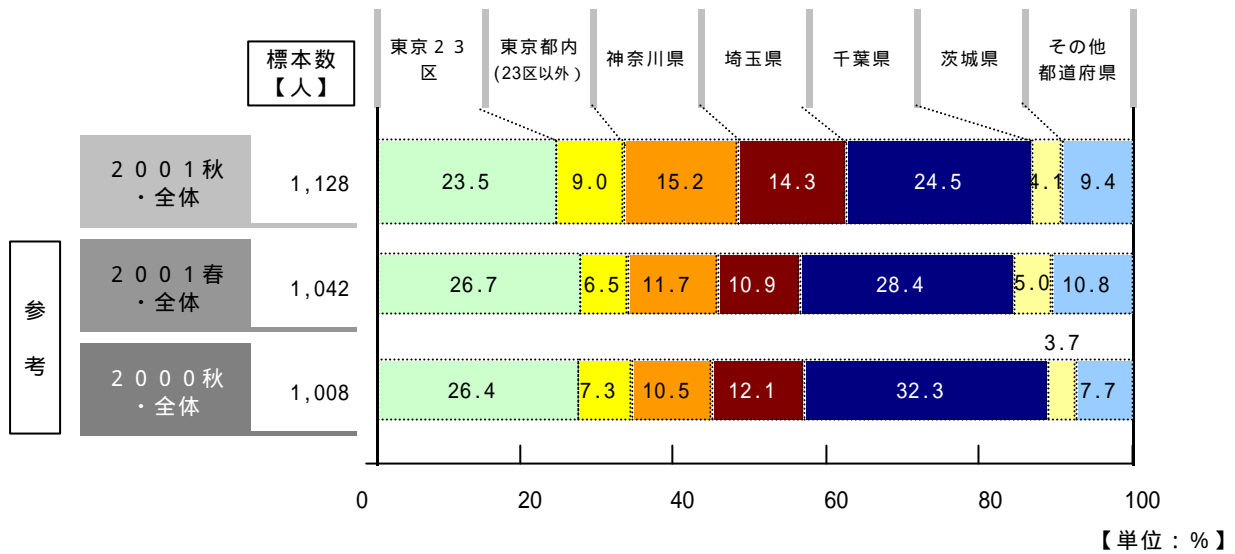
## 2. 年齢



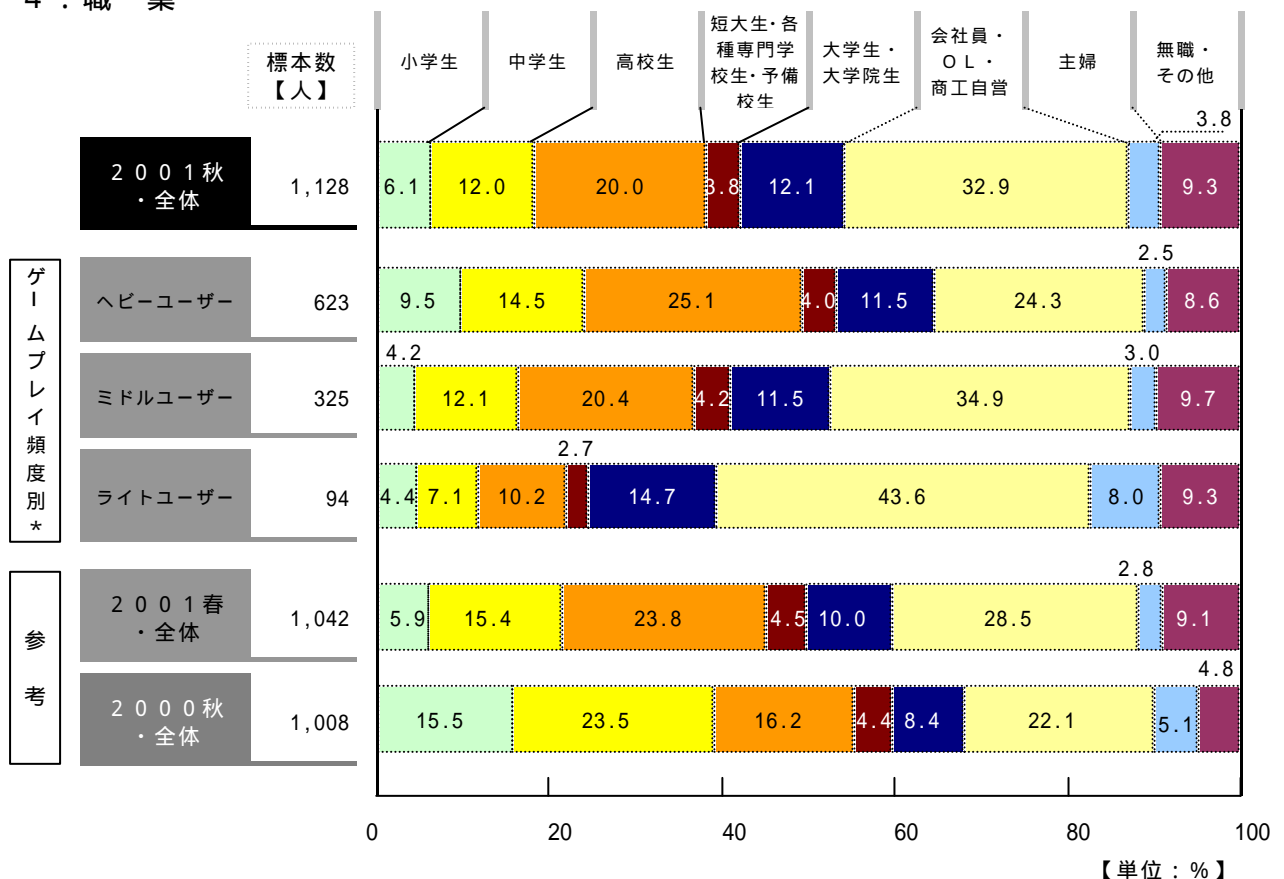
\* 2001春は39才までを対象としている。2000秋は、対象年齢が5~39才と異なるため割愛。

- ・男性の割合が8割を占めているのに対し、女性は回を追うごとに比率が減少している。
- ・前回と比較すると、中学生に当たる13~15才が減少している。また今回から40~49才が加わっているが、1番低い割合となっている。

### 3. 居住地



### 4. 職業



- ・居住地の割合は大きな変化がなく、前回までとほぼ同じ推移である。
- ・学生が全体的に減少傾向なのに対し、「会社員・OL・商工自営」等の社会人の割合が年々増加している。

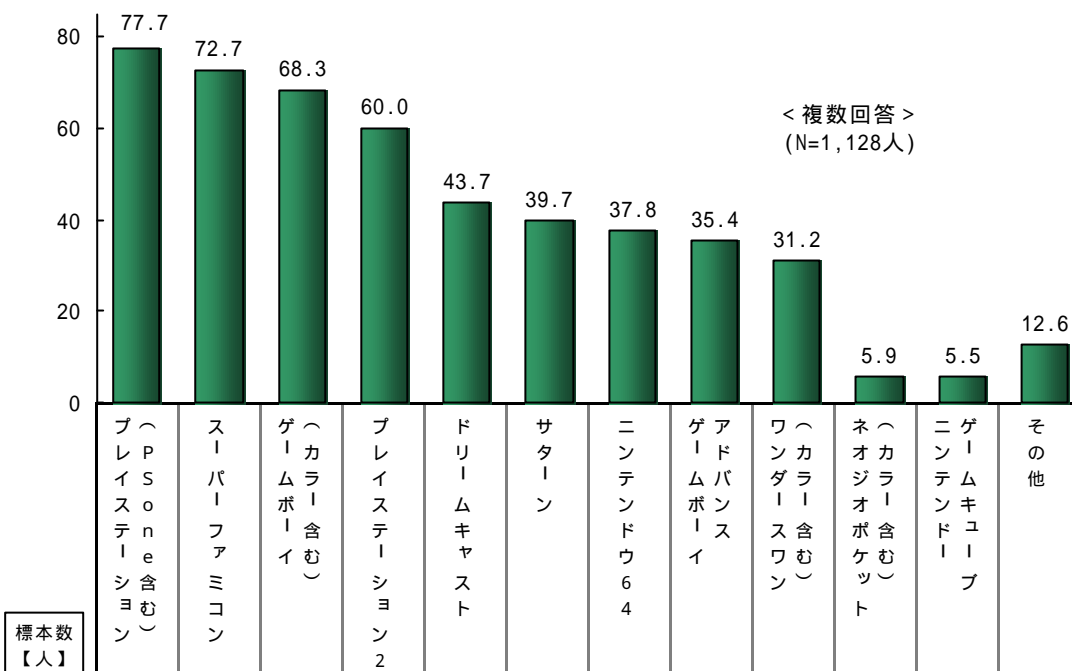
\*CESAでは、東京ゲームショウ来場者を「ゲームユーザー」と位置づけ、その中で相対的ゲームプレイ頻度の高低によって3分類し、以下のように定義した。過去の来場者調査の分析においても、同じ基準で定義している。

ゲームプレイ頻度別  
 ヘビーユーザー...ほとんど毎日ゲームをプレイ    ミドルユーザー...週に2~5日ゲームをプレイ    ライトユーザー...ゲームをプレイするのが週に1日以下

# ゲーム接触状況

## 1. 保有ハードウェア

【単位：％】

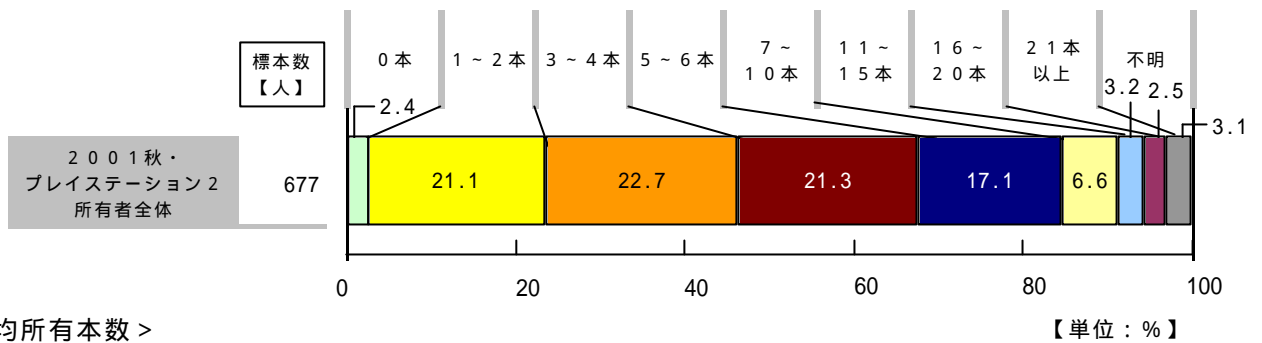


2001秋・全体		1,128	77.7	72.7	68.3	60.0	43.7	39.7	37.8	35.4	31.2	5.9	5.5	12.6
男女・年齢別	男性	923	77.9	73.6	67.1	61.6	47.0	41.7	37.7	34.7	31.2	6.3	6.3	13.0
	10~12才	59	84.7	84.7	94.9	44.1	13.6	25.4	78.0	64.4	33.9	0.0	8.5	3.4
	13~15才	140	84.3	87.1	89.3	60.7	36.4	22.9	55.0	44.3	35.7	6.4	7.9	12.1
	16~18才	200	82.0	85.5	80.0	68.0	52.0	40.5	34.5	29.5	34.0	6.5	6.0	14.0
	19~24才	224	79.5	71.0	57.6	62.9	55.4	53.6	27.2	29.9	32.6	6.3	4.9	13.4
	25~29才	164	72.6	60.4	49.4	62.2	59.1	53.7	28.7	28.7	31.1	8.5	6.1	20.7
	30~39才	100	71.0	56.0	43.0	60.0	43.0	43.0	28.0	35.0	20.0	7.0	5.0	8.0
	40~49才	36	52.8	61.1	69.4	52.8	19.4	16.7	55.6	33.3	16.7	2.8	11.1	2.8
	女性	205	76.6	68.8	73.7	52.7	28.8	30.7	38.0	38.5	31.2	4.4	2.0	10.7
	10~12才	17	70.6	58.8	82.4	47.1	11.8	11.8	64.7	17.6	17.6	0.0	5.9	11.8
	13~15才	21	90.5	81.0	90.5	38.1	14.3	14.3	42.9	33.3	19.0	0.0	0.0	9.5
	16~18才	40	85.0	67.5	67.5	57.5	22.5	20.0	30.0	20.0	30.0	7.5	2.5	5.0
	19~24才	45	75.6	75.6	60.0	53.3	48.9	51.1	22.2	44.4	44.4	2.2	0.0	17.8
	25~29才	30	66.7	63.3	66.7	63.3	43.3	46.7	20.0	43.3	36.7	0.0	3.3	13.3
30~39才	42	76.2	66.7	85.7	52.4	21.4	31.0	54.8	50.0	26.2	11.9	2.4	9.5	
40~49才	10	60.0	60.0	80.0	40.0	10.0	0.0	70.0	70.0	30.0	0.0	0.0	0.0	
参考	2001春・全体	1,042	73.5	77.0	75.6	50.3	38.9	42.0	41.4	18.4	32.1	7.5	-	6.7
	2000秋・全体	1,008	81.9	75.4	79.2	40.4	26.4	36.7	43.0	-	-	6.2	-	17.3

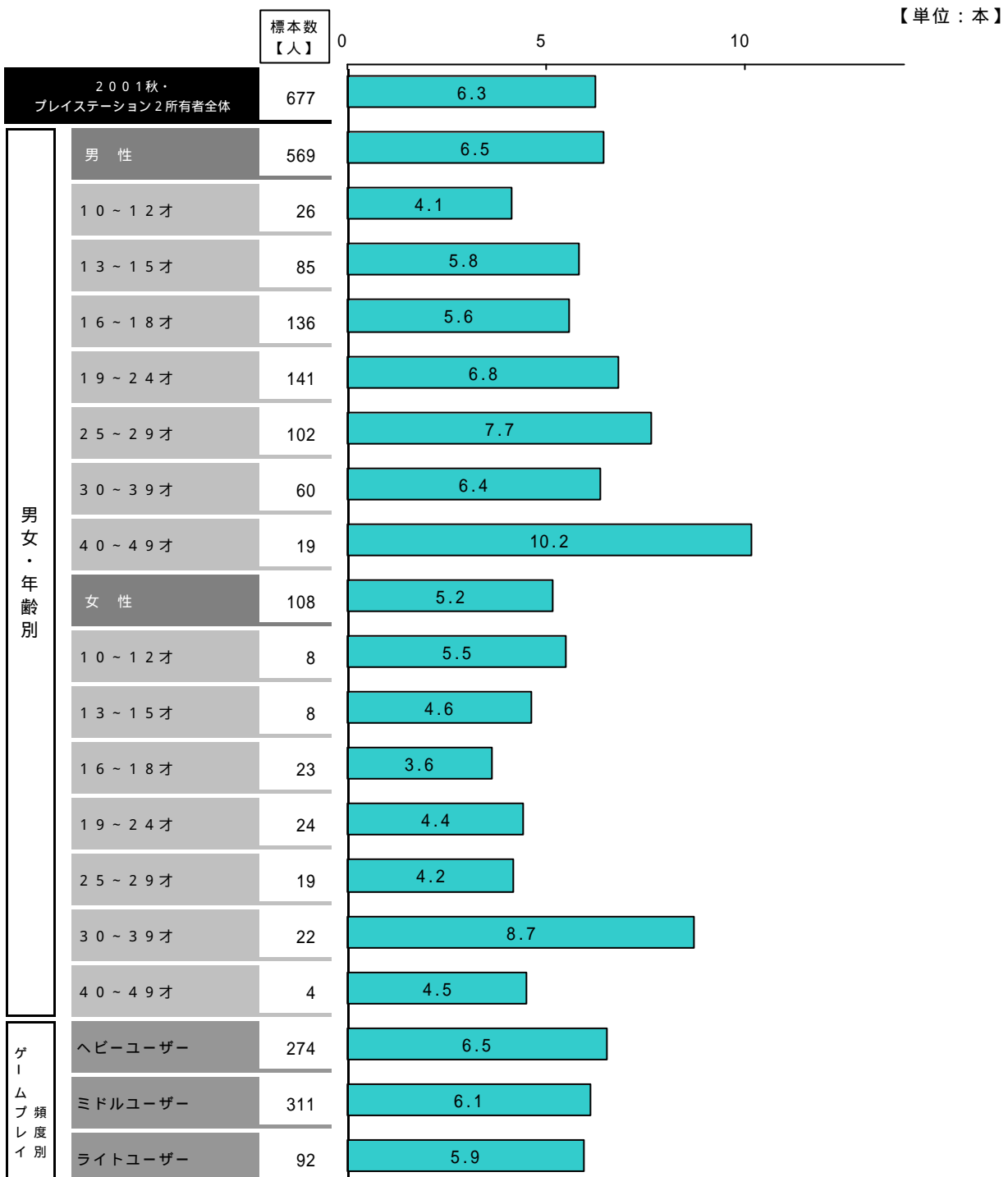
【単位：％】

- ・保有ハードウェア上位3位は順位の入れ変わりがあるものの、機種の変化はない。「プレイステーション(PS One)」だけがのび、第1位になっている。
- ・前回以降好調な伸びを見せているのは「プレイステーション2」と「ゲームボーイアドバンス」で、共に10ポイント程度の増加が見られる。「ドリームキャスト」も約5ポイントの増加。
- ・発売されて約1ヶ月の時点での、「ニンテンドーゲームキューブ」の保有率は5.5%となっている。

## 2. プレイステーション2対応ソフトウェアの所有本数 ープレイステーション2所有者ベース



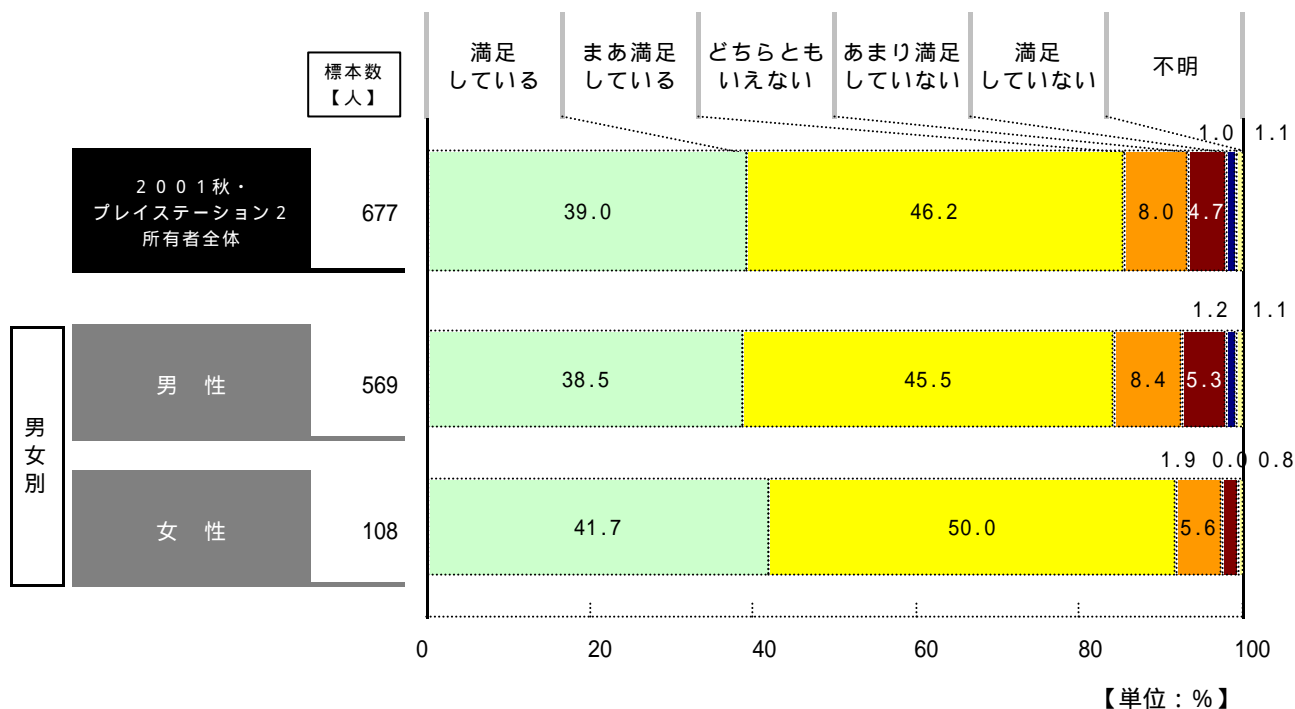
<平均所有本数>



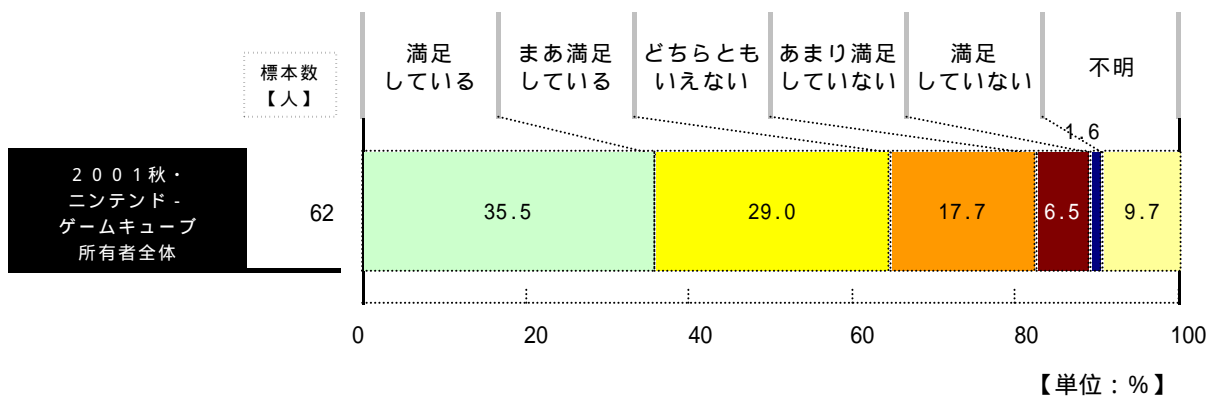
・所有ソフトウェア本数は「6本以内」が7割近くを占め、全体の平均所有本数は6.3本。

### 3. プレイステーション2・ニンテンドーゲームキューブの満足度－各機種所有者ベース

#### プレイステーション2



#### ニンテンドーゲームキューブ

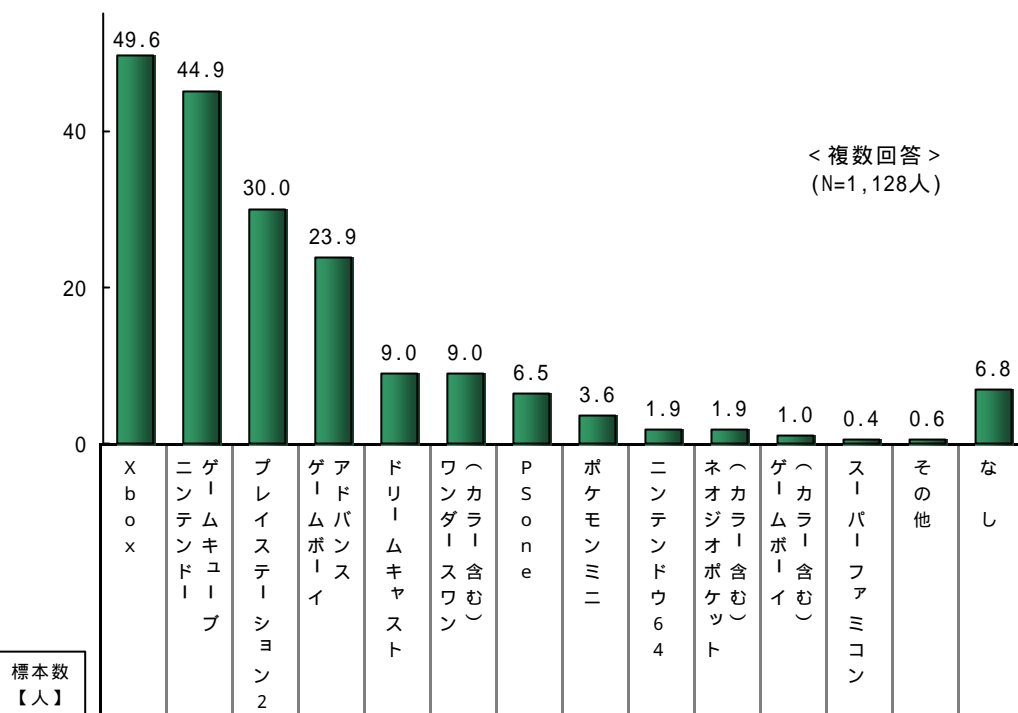


- ・ゲーム機として、プレイステーション2を満足と感じている人の割合は8割強となっており（「満足している」＋「まあ満足している」）、性別では女性の方がより満足と感じている。
- ・ニンテンドーゲームキューブの満足度（「満足している」＋「まあ満足している」）は6割強。



#### 4. 購入希望のハードウェア

【単位：％】



2001秋・全体		1,128	49.6	44.9	30.0	23.9	9.0	9.0	6.5	3.6	1.9	1.9	1.0	0.4	0.6	6.8
男女・年齢別	男性	923	54.1	44.4	28.5	23.3	9.0	6.7	6.2	2.7	1.7	1.7	0.8	0.2	0.8	6.1
	10～12才	59	42.4	72.9	30.5	16.9	10.2	13.6	6.8	5.1	1.7	3.4	0.0	0.0	0.0	3.4
	13～15才	140	61.4	53.6	31.4	31.4	15.7	5.7	8.6	5.7	1.4	2.1	0.7	0.0	0.7	1.4
	16～18才	200	51.5	42.0	24.5	33.5	13.0	9.5	13.0	3.0	2.0	3.0	0.5	0.5	0.0	5.5
	19～24才	224	52.7	37.9	30.4	24.1	6.3	8.0	4.0	2.2	2.2	1.3	0.4	0.0	0.4	6.3
	25～29才	164	61.0	39.6	27.4	18.3	6.7	3.0	1.8	1.8	2.4	1.2	0.6	0.6	3.0	9.1
	30～39才	100	50.0	45.0	28.0	9.0	3.0	3.0	3.0	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	8.0
	40～49才	36	47.2	36.1	30.6	2.8	2.8	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1
	女性	205	29.3	47.3	36.6	26.8	8.8	19.0	7.8	7.8	2.4	2.4	2.0	1.0	0.0	10.2
	10～12才	17	35.3	47.1	23.5	41.2	17.6	29.4	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.8
	13～15才	21	28.6	57.1	61.9	42.9	19.0	23.8	14.3	0.0	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	
	16～18才	40	25.0	37.5	40.0	35.0	7.5	35.0	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	0.0	0.0	7.5
	19～24才	45	35.6	44.4	40.0	28.9	8.9	8.9	11.1	13.3	4.4	0.0	2.2	2.2	0.0	13.3
	25～29才	30	16.7	43.3	20.0	26.7	10.0	10.0	6.7	16.7	6.7	3.3	3.3	3.3	0.0	16.7
30～39才	42	38.1	57.1	33.3	9.5	2.4	16.7	11.9	7.1	0.0	4.8	2.4	0.0	0.0	4.8	
40～49才	10	10.0	50.0	40.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30.0	
参考	2001春・全体	1,042	39.5	22.2	39.6	45.5	12.4	14.5	6.7	0.0	6.0	2.1	1.2	0.0	1.0	6.1

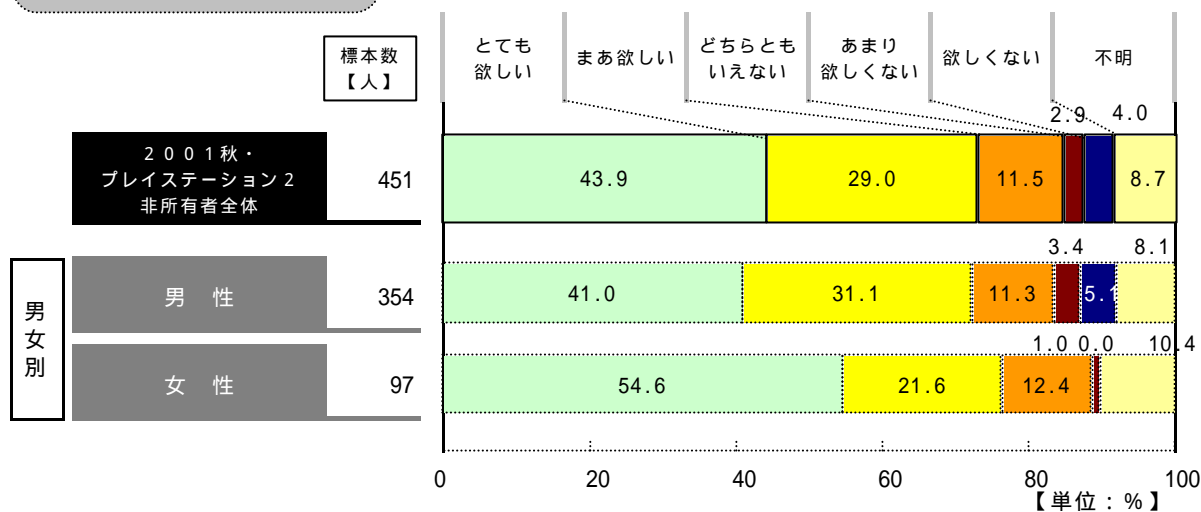
【単位：％】

注) 2000秋は、購入希望のハードウェアを第1位から第3位まで順位付けで聞いているため割愛。

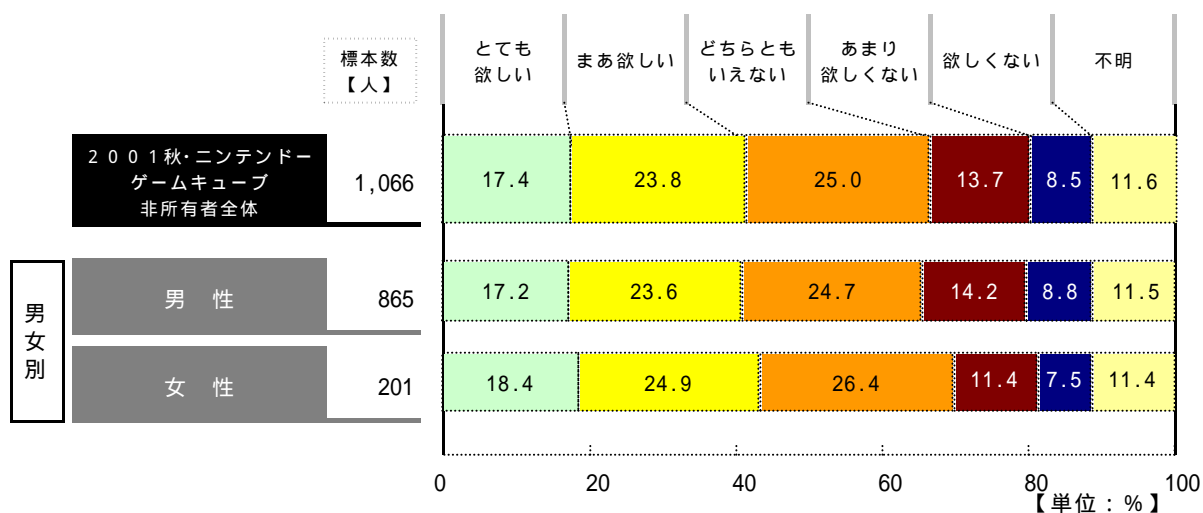
- ・「Xbox」「ニンテンドーゲームキューブ」等の新機種が共に高い比率で、第1位、第2位となっている。「ニンテンドーゲームキューブ」では男女の購入希望率に差がないのに対し、「Xbox」は男性の購入意向が特に強い。

## 5. ハードウェア3機種の購入意向度合いー各機種非所有者ベース

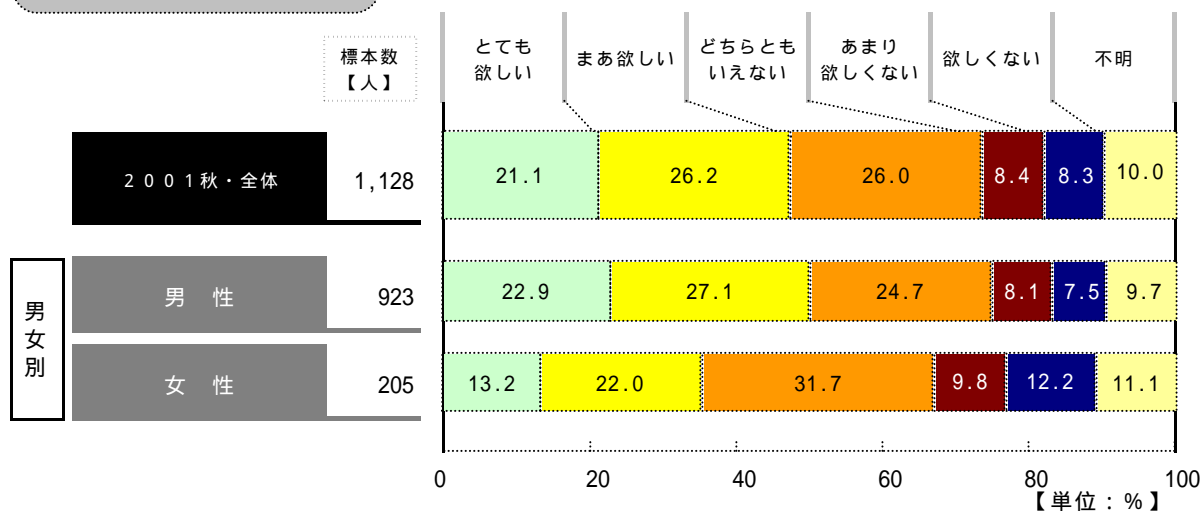
### プレイステーション2



### ニンテンドーゲームキューブ



### Xbox



調査時点ではXboxは発売していないため、回答者全数を対象としている。

・3機種の中では「プレイステーション2」の購入意向度が最も高い。続いて「Xbox」  
「ニンテンドーゲームキューブ」となっている。

< 3 機種 of 購入意向理由 >

プレイステーション 2

主だったものを表記

とても(まあ)欲しい	(あまり)欲しくない・わからない
<p>&lt; 本体機能について &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>グラフィックがきれい</li> <li>映像がリアル、迫力がある</li> <li>ネットとの連携が魅力</li> <li>P S のソフトが使える</li> <li>コントローラーが使いやすい</li> </ul> <p>&lt; ソフトの魅力 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>種類が豊富</li> <li>欲しいソフト、期待するソフトがある</li> </ul> <p>具体的に挙げたタイトル:</p> <p>「ファイナルファンタジーシリーズ」  「ガンダムシリーズ」「トロと休日」「鬼武者 2」  「パラパラッパー 2」 etc</p> <p>&lt; その他 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>現在、1 番人気があり、有名</li> <li>ソニーが好き</li> <li>自分だけが持っていない</li> </ul>	<p>&lt; 本体機能について &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>力不足</li> <li>処理が遅い</li> <li>リアルすぎて気持ち悪い</li> </ul> <p>&lt; その他 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>プレイしたいソフトが少ない</li> <li>ロード時間の気になるゲームが多い</li> <li>P S で充分</li> <li>D V D は P C で見れるから</li> <li>みんなが持っているから</li> </ul>

ニンテンドーゲームキューブ

とても(まあ)欲しい	(あまり)欲しくない・わからない
<p>&lt; 本体機能について &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コンパクトで軽い</li> <li>4 人でできる</li> <li>G B A との連動が面白そう</li> <li>グラフィックがきれいでリアル</li> </ul> <p>&lt; ソフトの魅力 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>欲しいソフト、期待するソフトがある</li> </ul> <p>具体的に挙げたタイトル:</p> <p>「大乱闘スマッシュブラザーズ D X」「ピクミン」  「ルイージマンション」「マリオシリーズ」  「どうぶつの森+」 etc</p> <p>&lt; その他 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>任天堂にハズレはないから</li> <li>子供が欲しがっている</li> <li>松下版の Q を期待している</li> </ul>	<p>&lt; 本体機能について &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>D V D 対応でない</li> <li>カラーバリエーションが少ない</li> <li>コントローラーが使いにくい</li> <li>3 D 酔いする</li> </ul> <p>&lt; ソフトについて &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>欲しいソフトがない、つまらなさそう</li> <li>子供向け、ファミリー向けが中心</li> <li>任天堂以外のラインアップが弱い</li> <li>R P G、S L G が少ない</li> </ul> <p>&lt; その他 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>P S 2 で充分間に合う</li> <li>N 6 4 で期待をうらぎられたから</li> <li>価格が高い</li> </ul>

X b o x

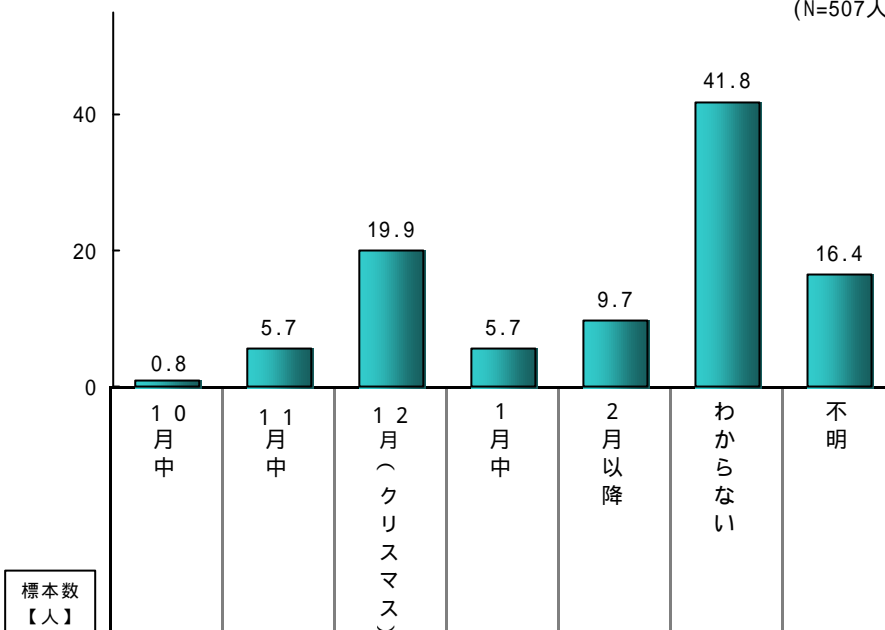
とても(まあ)欲しい	(あまり)欲しくない・わからない
<p>&lt; 本体機能について &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>処理能力が高い、大容量</li> <li>グラフィックがきれい、リアル、立体的</li> <li>スピード感がある</li> <li>P C との互換に期待</li> <li>ゲーム以外の使い道が豊富</li> </ul> <p>&lt; ソフトの魅力 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>欲しいソフトがある</li> <li>今回プレイして面白そうだった</li> </ul> <p>具体的に挙げたタイトル:</p> <p>「DEAD OR ALIVE 3」「叢 - MURAKUMO -」  「Jet Set Radio Future」「HALO」 etc</p> <p>&lt; その他 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>海外の技術をもてみたい</li> <li>全ハードを集めたい</li> <li>新しいゲームの可能性がある</li> </ul>	<p>&lt; 本体機能について &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大きすぎる</li> <li>デザインが良くない、ダサイ形</li> <li>機能の情報が少ない</li> </ul> <p>&lt; ソフトについて &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>欲しい、やりたいソフトがない</li> <li>映像は進化しているが、中身は変わらない</li> <li>洋ゲーばかりになる</li> </ul> <p>&lt; その他 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>P S 2 の方が良さそう</li> <li>価格が高そう</li> <li>日本では流行らなさそう、日本人の感覚に合っていない</li> </ul>

## 6. ニンテンドーゲームキューブの購入意向内容 -ニンテンドーゲームキューブ購入意向者ベース

< 購入意向時期 >

【単位：％】

(N=507人)



標本数  
【人】

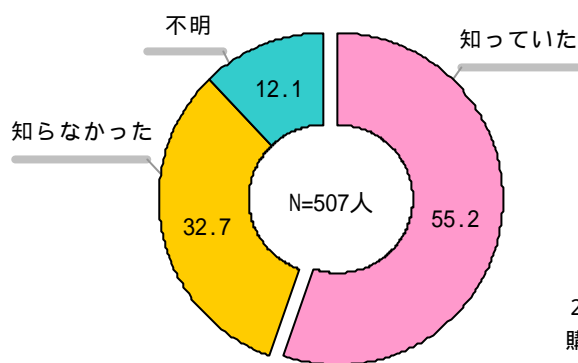
2001秋・ ニンテンドーゲームキューブ 購入意向者全体	507	0.8	5.7	19.9	5.7	9.7	41.8	16.4
------------------------------------	-----	-----	-----	------	-----	-----	------	------

男女・年齢別	男性		購入意向時期 (%)						
	人数	割合 (%)	10月中旬	11月中旬	12月(クリスマス)	1月中旬	2月以降	わからない	不明
男性	410	1.0	6.1	18.8	5.9	11.2	41.2	15.8	
10～12才	43	4.7	4.7	41.9	7.0	0.0	30.2	11.5	
13～15才	75	1.3	8.0	16.0	5.3	9.3	44.0	16.1	
16～18才	84	0.0	7.1	17.9	7.1	11.9	42.9	13.1	
19～24才	85	0.0	3.5	7.1	4.7	9.4	50.6	24.7	
25～29才	65	0.0	1.5	15.4	6.2	20.0	44.6	12.3	
30～39才	45	2.2	15.6	26.7	2.2	11.1	26.7	15.5	
40～49才	13	0.0	0.0	30.8	15.4	23.1	23.1	7.6	
女性	97	0.0	4.1	24.7	5.2	3.1	44.3	18.6	
10～12才	8	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	
13～15才	12	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	41.7	41.6	
16～18才	15	0.0	0.0	0.0	6.7	13.3	53.3	26.7	
19～24才	20	0.0	5.0	20.0	10.0	0.0	40.0	25.0	
25～29才	13	0.0	0.0	38.5	7.7	0.0	53.8	0.0	
30～39才	24	0.0	4.2	37.5	4.2	4.2	45.8	4.1	
40～49才	5	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	40.0	20.0	
ゲーム 頻度 別	ヘビーユーザー		購入意向時期 (%)						
	人数	割合 (%)	10月中旬	11月中旬	12月(クリスマス)	1月中旬	2月以降	わからない	不明
	204	1.0	5.9	23.5	4.9	7.8	39.7	17.2	
ミドルユーザー	219	0.9	7.8	17.8	6.8	10.0	40.6	16.1	
ライトユーザー	84	0.0	0.0	16.7	4.8	13.1	50.0	15.4	

【単位：％】

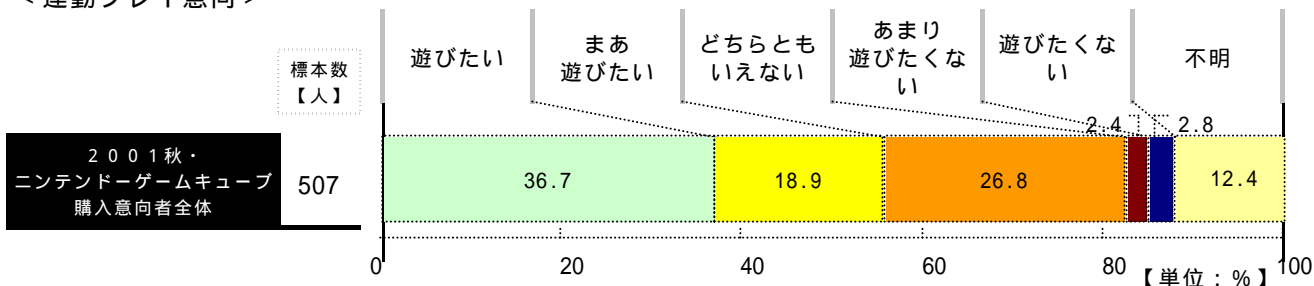
- ・具体的な購入時期としては「12月(クリスマス)」が最多。  
特に男性の10～12才において、4割強がクリスマス時期の購入を考えている。
- ・期待しているソフトウェアとして多く挙がっているのは「大乱闘スマッシュブラザーズDX」、「ルイージマンション」、「どうぶつ森+」、「ピクミン」。  
他にマリオやゼルダの新作を期待する声が多い。

< ゲームポイアドバンスとの連動機能の認知 >



2001秋・ニンテンドーゲームキューブ購入意向者全体

< 連動プレイ意向 >

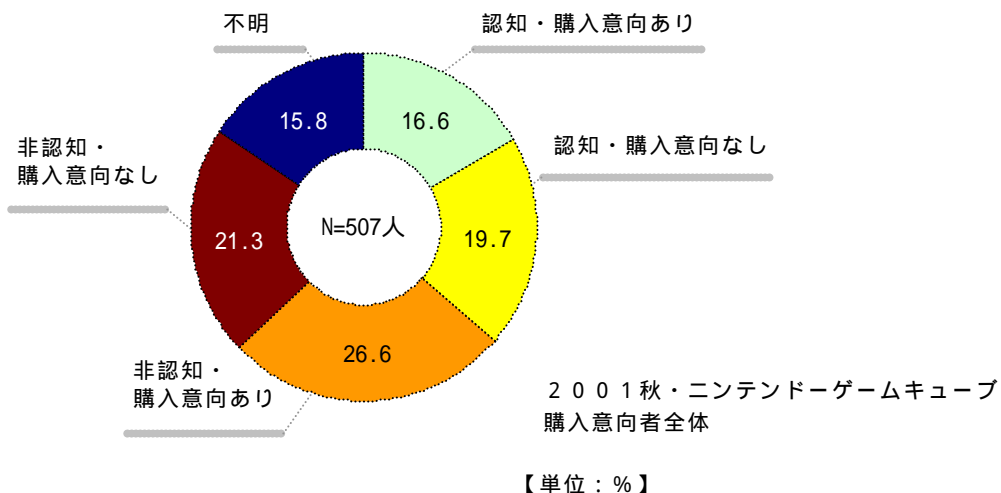


		標本数【人】	【単位：％】					
			遊びたい	まあ遊びたい	どちらともいえない	あまり遊びたくない	遊びたくない	不明
<b>全体</b>		507	36.7	18.9	26.8	2.4	2.8	12.4
男女・年齢別	<b>男性</b>	410	36.8	18.5	28.0	2.2	3.2	11.3
	10～12才	43	53.5	20.9	11.6	4.7	0.0	9.3
	13～15才	75	48.0	16.0	22.7	1.3	1.3	10.7
	16～18才	84	35.7	20.2	31.0	0.0	3.6	9.5
	19～24才	85	28.2	20.0	30.6	2.4	1.2	17.6
	25～29才	65	29.2	13.8	33.8	6.2	7.7	9.3
	30～39才	45	35.6	22.2	28.9	0.0	4.4	8.9
	40～49才	13	23.1	15.4	46.2	0.0	7.7	7.6
	<b>女性</b>	97	36.1	20.6	21.6	3.1	1.0	17.6
	10～12才	8	25.0	25.0	25.0	12.5	12.5	0.0
13～15才	12	16.7	25.0	16.7	8.3	0.0	33.3	
16～18才	15	46.7	6.7	26.7	0.0	0.0	19.9	
19～24才	20	30.0	20.0	20.0	0.0	0.0	30.0	
25～29才	13	46.1	15.4	38.5	0.0	0.0	0.0	
30～39才	24	41.7	29.2	16.7	0.0	0.0	12.4	
40～49才	5	40.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0	
ゲームプレイ頻度別	<b>ヘビーユーザー</b>	204	38.2	19.1	24.0	2.5	1.5	14.7
	<b>ミドルユーザー</b>	219	36.5	18.3	29.2	1.4	3.7	10.9
	<b>ライトユーザー</b>	84	33.3	20.2	27.4	4.8	3.6	10.7

2001秋・ニンテンドーゲームキューブ購入意向者全体

・ゲームポイアドバンスとの連動機能は、全体の過半数（55.2％）が認知している。また連動プレイ意向では男性・女性共に5割を越す肯定的反応（「遊びたい」＋「まあ遊びたい」）がある。

< 「Q」の認知度と購入意向 >



【単位：％】

		標本数 【人】	認知・ 購入意向あり	認知・ 購入意向なし	非認知・ 購入意向あり	非認知・ 購入意向なし	不明
<b>全体</b>		507	16.6	19.7	26.6	21.3	15.8
男女・ 年齢別	男性	410	18.0	22.7	25.6	19.0	14.7
	10～12才	43	14.0	2.3	41.9	32.6	9.2
	13～15才	75	20.0	12.0	34.7	18.7	14.6
	16～18才	84	21.4	32.1	17.9	16.7	11.9
	19～24才	85	8.2	32.9	21.2	18.8	18.9
	25～29才	65	24.6	24.6	21.5	15.4	13.9
	30～39才	45	24.4	24.4	17.8	17.8	15.6
	40～49才	13	7.7	7.7	46.2	15.4	23.0
	女性	97	10.3	7.2	30.9	30.9	20.7
	10～12才	8	12.5	0.0	25.0	62.5	0.0
	13～15才	12	8.3	8.3	16.7	25.0	41.7
	16～18才	15	0.0	0.0	53.3	26.7	20.0
	19～24才	20	10.0	5.0	35.0	25.0	25.0
	25～29才	13	15.4	30.8	15.4	30.8	7.6
30～39才	24	8.3	4.2	33.3	33.3	20.9	
40～49才	5	40.0	0.0	20.0	20.0	20.0	
ゲーム レベル別	ヘビーユーザー	204	16.2	19.1	27.0	21.6	16.1
	ミドルユーザー	219	18.3	20.1	28.3	18.7	14.6
	ライトユーザー	84	13.1	20.2	21.4	27.4	17.9

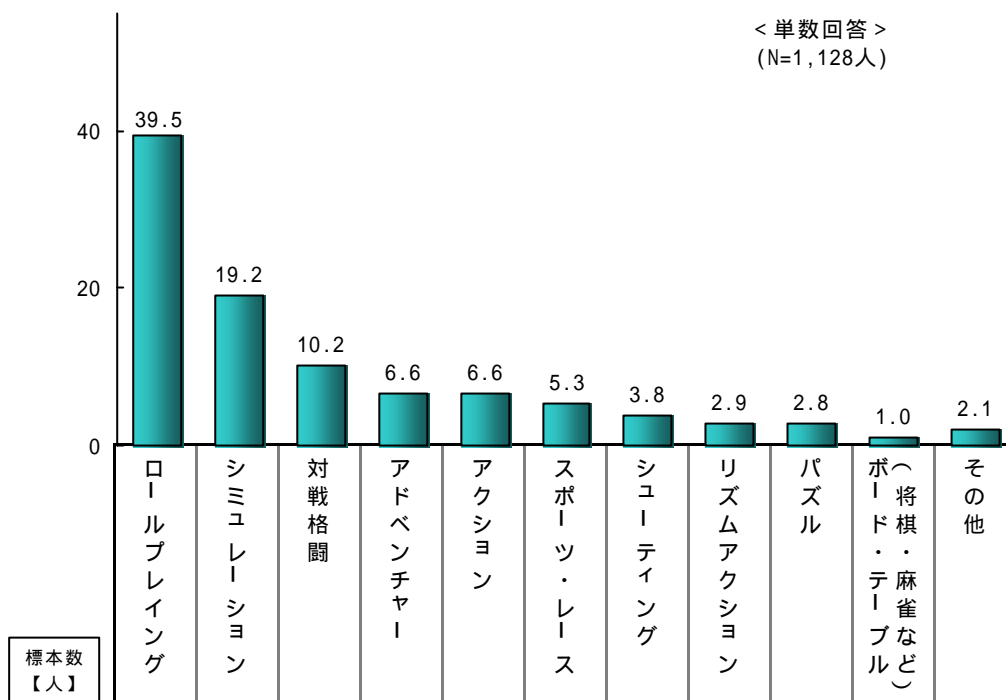
2001秋・ニンテンドーゲームキューブ購入意向者全体

- ・松下電器から発売されるDVD対応の「Q」については、「非認知・購入意向あり」が第1位で26.6%となっている。
- ・参考までに、映画・音楽などゲーム以外のDVDソフト所有本数の平均は、全体で5.7本（男性：6.0本、女性4.1本）。

## 7.好きなゲームジャンル

【単位：％】

<単数回答>  
(N=1,128人)



2001秋・全体	1,128	39.5	19.2	10.2	6.6	6.6	5.3	3.8	2.9	2.8	1.0	2.1
----------	-------	------	------	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

男女・年齢別	男性		割合 (%)										
	人数	割合 (%)	ロールプレイング	シミュレーション	対戦格闘	アドベンチャー	アクション	スポーツ・レース	シューティング	リズムアクション	パズル	ボード(将棋・麻雀など)	その他
男性	923	36.6	21.2	10.9	5.5	7.6	6.1	4.3	2.8	1.8	1.0	2.2	
10～12才	59	35.6	11.9	13.6	11.9	8.5	1.7	11.9	3.4	0.0	0.0	1.5	
13～15才	140	37.1	20.0	7.9	2.9	14.3	4.3	1.4	8.6	1.4	0.0	2.1	
16～18才	200	47.0	20.0	11.5	4.5	6.0	6.5	1.0	0.5	0.5	0.0	2.5	
19～24才	224	40.2	18.8	10.3	2.2	6.7	6.3	5.8	4.0	2.7	1.3	1.7	
25～29才	164	29.9	25.6	11.0	9.8	6.1	5.5	4.9	1.2	2.4	1.8	1.8	
30～39才	100	25.0	27.0	17.0	6.0	6.0	6.0	6.0	0.0	4.0	1.0	2.0	
40～49才	36	19.4	27.8	2.8	11.1	5.6	19.4	5.6	0.0	0.0	5.6	2.7	
女性	205	52.7	10.2	6.8	11.7	2.0	2.0	1.5	3.4	7.3	1.0	1.4	
10～12才	17	5.9	0.0	23.5	29.4	11.8	0.0	5.9	5.9	17.6	0.0	0.0	
13～15才	21	61.8	4.8	9.5	9.5	0.0	0.0	4.8	4.8	4.8	0.0	0.0	
16～18才	40	75.0	12.5	0.0	7.5	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	
19～24才	45	51.1	13.3	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	2.2	4.4	0.0	6.8	
25～29才	30	56.7	16.7	3.3	6.7	6.7	3.3	0.0	0.0	3.3	3.3	0.0	
30～39才	42	52.3	7.1	4.8	9.5	0.0	4.8	2.4	2.4	14.3	2.4	0.0	
40～49才	10	20.0	10.0	0.0	30.0	0.0	10.0	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0	
ゲーム頻度別													
ヘビーユーザー	399	38.8	18.3	13.8	6.0	5.8	3.3	5.5	4.3	0.5	0.5	3.2	
ミドルユーザー	504	41.5	20.2	9.7	6.2	7.7	4.8	3.0	2.8	2.6	0.4	1.1	
ライトユーザー	225	36.4	18.7	4.9	8.9	5.3	10.2	2.7	0.9	7.6	3.1	1.3	

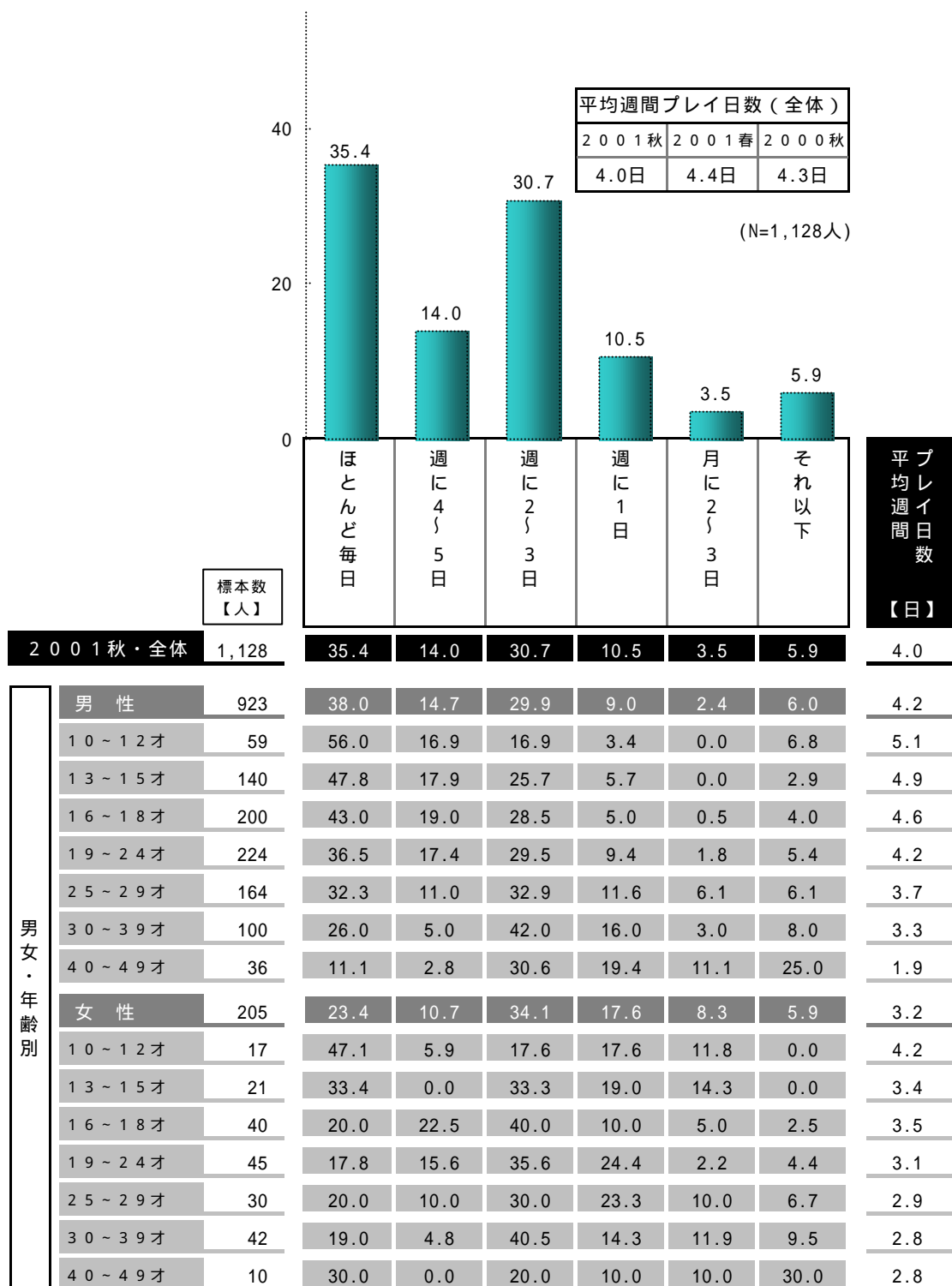
【単位：％】

注) 2001春、2000秋はジャンルカテゴリーを細分化していたため割愛。

- ・「ロールプレイングゲーム」が約4割で最多。男女別では女性の方が高い比率になっている。第2位の「シミュレーション」、第3位の「対戦格闘」は、共に男性の比率が高い。
- ・ライトユーザーの嗜好率が全体にくらべて高いのは、「スポーツ・レース」と「パズル」。

## 8 . 週間プレイ日数

【単位：％】



【単位：％】

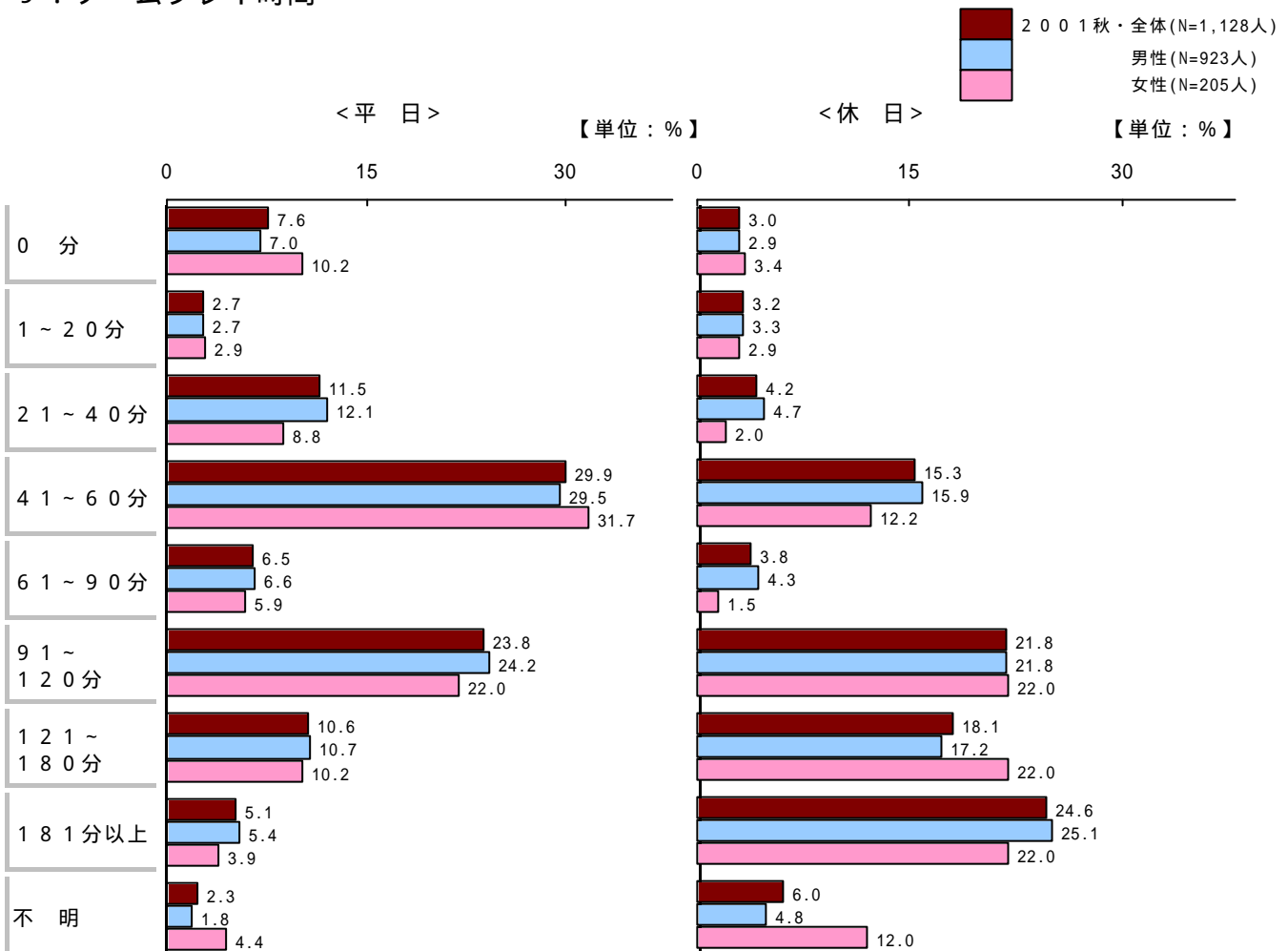
< 平均週間プレイ日数の算出方法 >

「ほとんど毎日」：7日、「週に4~5日」：4.5日、「週に2~3日」：2.5日、「月に2~3日」：0.3日、「それ以下」：0.1日として推計

- ・ 最多は「ほとんど毎日」ゲームをするヘビーユーザーで35.4%。全体の平均週間プレイ日数は4.0日で、過去2回の中で最も低い。
- ・ 男女ともに10~12才において、平均週間プレイ日数が最も多い。



## 9. ゲームプレイ時間



平均プレイ時間の推移【分】	平日		休日	
	2001秋	2001春	2001秋	2001春
	92.7	103.6	158.4	170.9

\* 2000秋は該当項目なし。

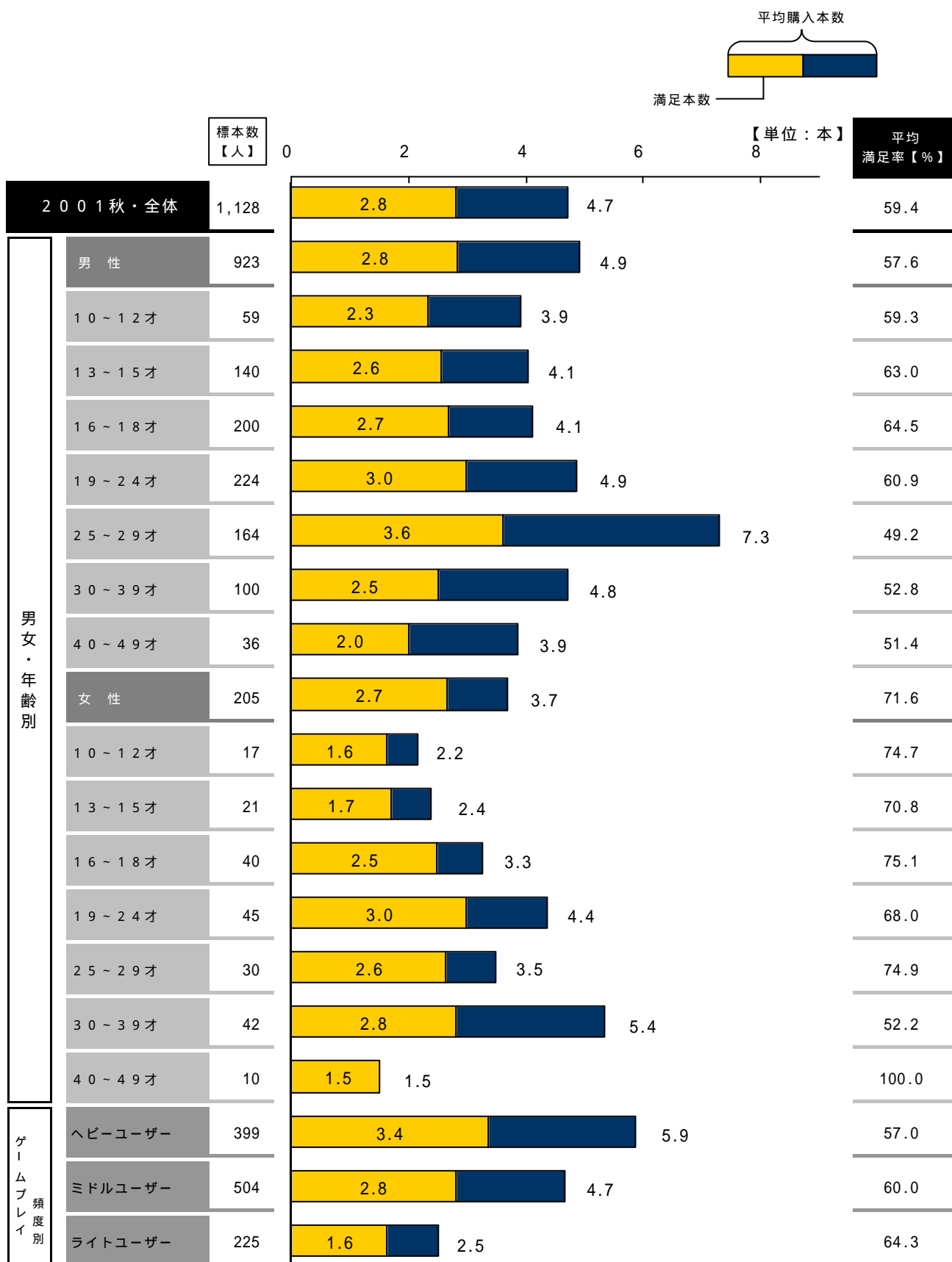
### <男女・年齢別にみた平均プレイ時間及び週間のべプレイ時間>

	2001秋・全体	男女・年齢別															
		男性							女性								
		10才	13才	16才	19才	25才	30才	40才	10才	13才	16才	19才	25才	30才	40才		
平均プレイ時間-平日-【分】	92.7	93.2	102.4	106.0	114.9	90.4	80.7	70.4	44.6	90.6	99.4	84.5	125.0	100.3	67.6	67.7	65.6
平均プレイ時間-休日-【分】	158.4	156.1	139.2	171.0	175.0	162.1	145.2	129.6	96.4	169.7	137.4	154.4	256.1	193.9	134.0	121.5	60.0
平均週間プレイ日数	4.0	4.2	5.1	4.9	4.6	4.2	3.7	3.3	1.9	3.2	4.2	3.4	3.5	3.1	2.9	2.8	2.8
週間のべプレイ時間	436.5	454.3	559.0	584.4	588.6	451.4	363.1	291.5	136.5	369.0	455.5	357.2	568.6	404.5	262.4	243.4	178.1

\* 週間のべプレイ時間 = (平均週間プレイ日数 - 1日) × 平日の平均プレイ時間 + 休日の平均プレイ時間

- ・平均プレイ時間は、平日が92.7分、休日が158.4分といずれも前回よりも約10分の減少である。
- ・女性は休日にまとめてプレイする傾向があり、年齢別では男女ともに16～18才のプレイ時間が最も多い。

# 10. 半年間のソフトウェア平均購入本数と内容に満足した本数

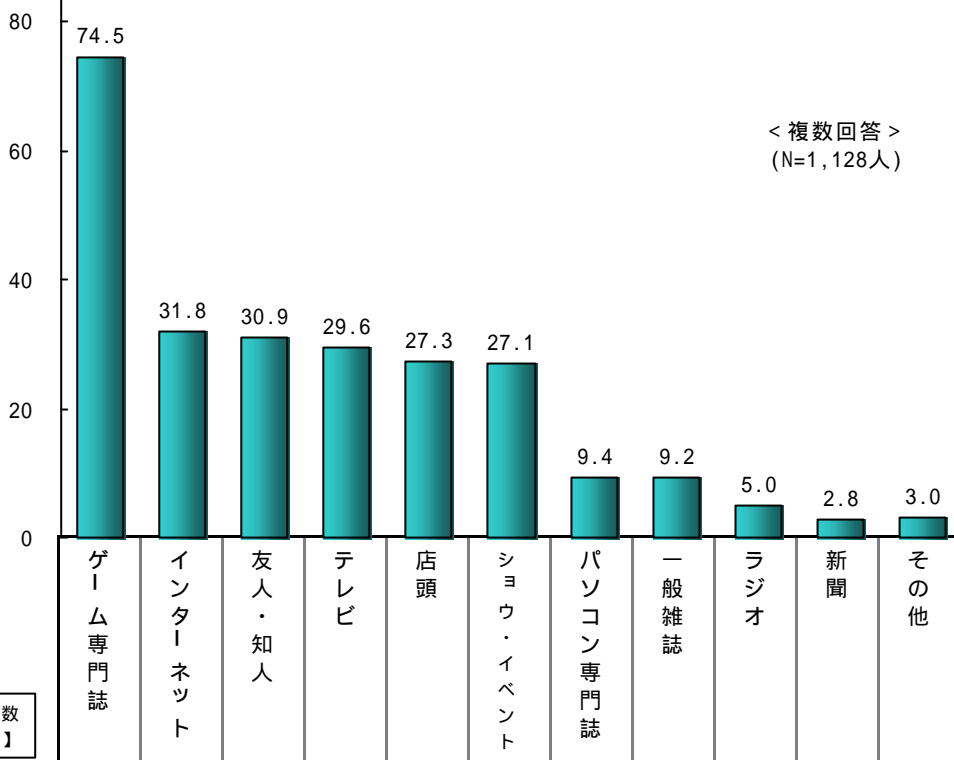


\* 平均満足率【%】 = (満足実本数 ÷ 購入実本数) × 100で算出

- ・ 2001年4月～10月までの半年間におけるソフトウェア平均購入本数は4.7本で、満足しているのはそのうちの2.8本となっている。
- ・ 購入ソフトウェアの満足率が低いのは、男性の25～29才(49.2%)、女性では30～39才(52.2%)。
- ・ 最も満足したソフトウェアタイトルは「ファイナルファンタジー」、「真・三國無双2」、「みんなのゴルフ3」、「エースコンバット04」、「Devil May Cry」など、いずれもプレイステーション2対応ソフトウェアが、トップ5に挙がっている。

# 11. ソフトウェア購入時の参考媒体

【単位：％】



< 複数回答 >  
(N=1,128人)

標本数  
【人】

2001秋・全体	1,128	74.5	31.8	30.9	29.6	27.3	27.1	9.4	9.2	5.0	2.8	3.0
----------	-------	------	------	------	------	------	------	-----	-----	-----	-----	-----

男女・年齢別	男性		77.2	33.8	29.9	28.4	26.0	26.8	10.6	8.8	5.5	2.9	2.8	
	10~12才	59	50.8	16.9	37.3	49.2	25.4	18.6	1.7	27.1	0.0	1.7	1.7	
	13~15才	140	82.9	39.3	43.6	42.9	35.0	30.7	9.3	11.4	6.4	2.9	1.4	
	16~18才	200	85.0	37.0	34.5	27.0	26.0	30.5	11.0	8.5	9.0	1.0	1.0	
	19~24才	224	83.0	34.8	32.1	24.6	24.6	26.8	10.3	4.9	7.1	3.6	5.8	
	25~29才	164	77.4	36.0	16.5	17.1	23.8	25.6	11.0	4.9	4.3	2.4	4.3	
	30~39才	100	69.0	28.0	20.0	24.0	22.0	23.0	18.0	9.0	1.0	3.0	1.0	
	40~49才	36	41.7	22.2	13.9	33.3	22.2	19.4	8.3	11.1	0.0	13.9	0.0	
	女性		205	62.0	22.9	35.6	35.1	33.2	28.8	3.9	11.2	2.4	2.4	3.9
	10~12才	17	64.7	35.3	47.1	35.3	52.9	23.5	11.8	11.8	11.8	0.0	0.0	
	13~15才	21	61.9	42.9	57.1	57.1	42.9	38.1	4.8	28.6	4.8	0.0	4.8	
	16~18才	40	75.0	17.5	37.5	30.0	17.5	30.0	2.5	7.5	5.0	0.0	10.0	
	19~24才	45	66.7	22.2	35.6	33.3	40.0	26.7	0.0	8.9	0.0	4.4	2.2	
	25~29才	30	60.0	16.7	30.0	20.0	36.7	30.0	6.7	10.0	0.0	0.0	6.7	
	30~39才	42	47.6	21.4	31.0	40.5	33.3	31.0	4.8	9.5	0.0	4.8	0.0	
	40~49才	10	50.0	10.0	0.0	40.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	

参考	2001春・全体	1,042	79.6	26.2	31.2	42.1	25.5	27.2	11.3	10.9	6.5	3.3	1.2
----	----------	-------	------	------	------	------	------	------	------	------	-----	-----	-----

注) 2000秋は該当項目なし

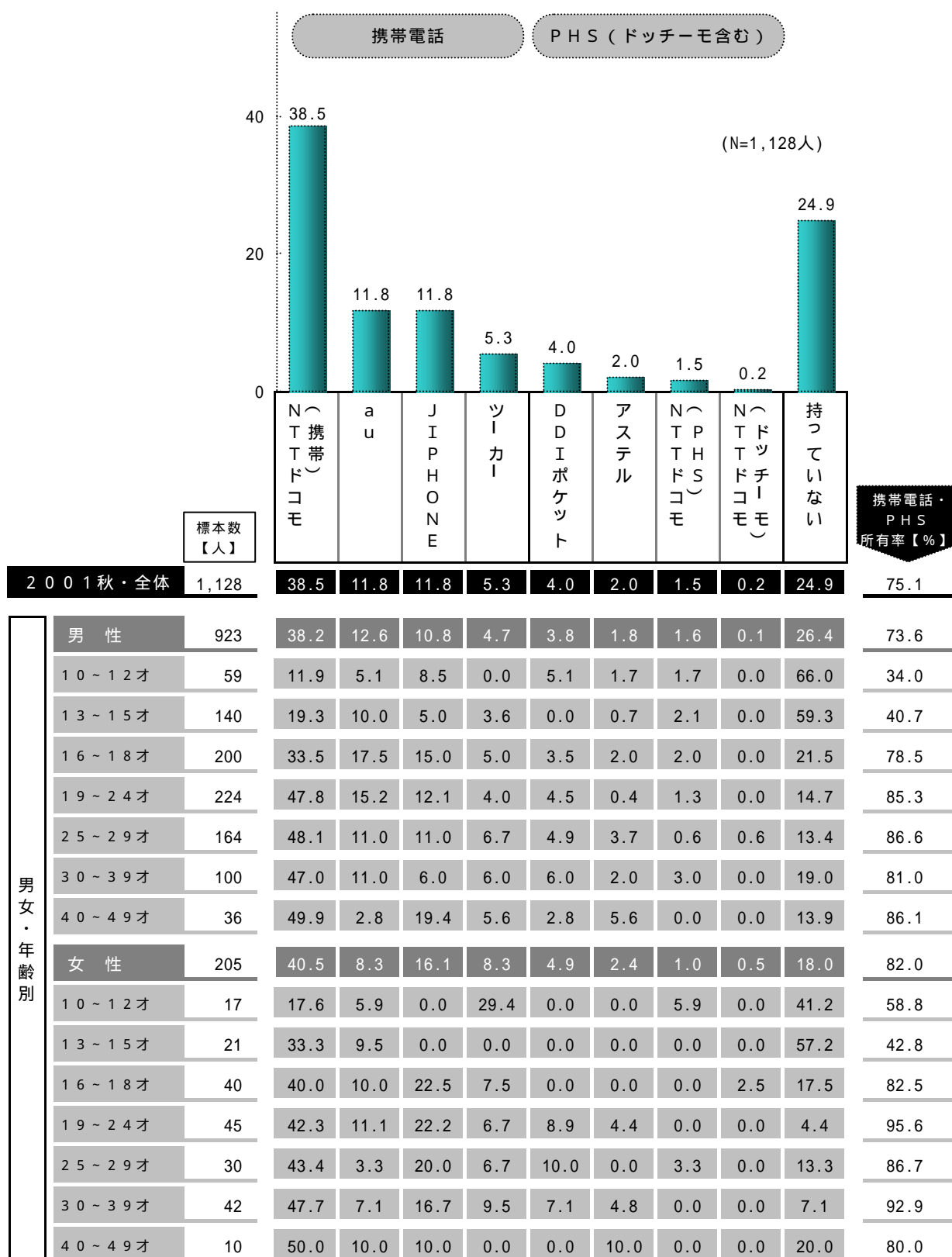
【単位：％】

- ・第1位は「ゲーム専門誌」で、過去同様に高い比率を示している。
- ・年々順位を上げているのは「インターネット」。今回は3割を超え、第2位に挙がっている。

# 携帯電話・PHS所有状況

## 1. 所有携帯電話・PHSのキャリア

【単位：％】

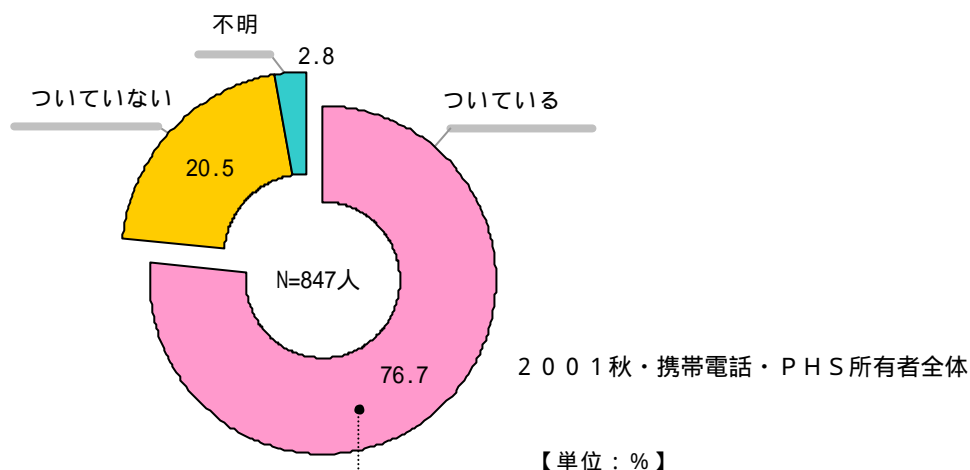


【単位：％】

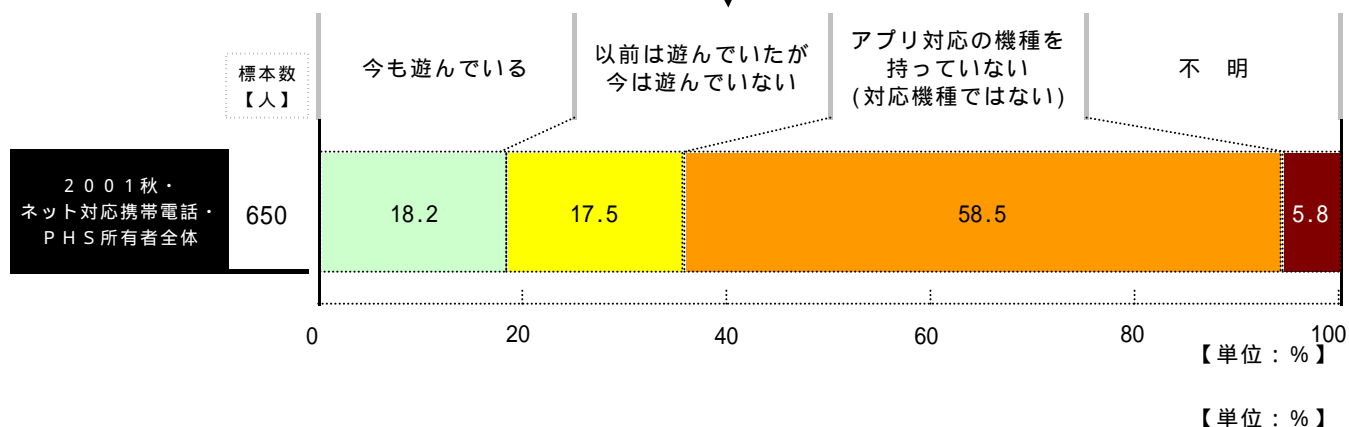
- ・携帯電話では「NTTドコモ(携帯)」、PHSでは「DDIポケット」がトップシェア。
- ・男性よりも女性の方が、携帯電話・PHS所有率が高い(男性：73.6%、女性：82.0%)。

## 2. アプリ対応ゲームのプレイ状況

### <インターネット機能の有無>



### <アプリ対応ゲームプレイ状況>



ネットPHS 2001秋 対応所有者 携帯電話 全体	男女・年齢別																
	男性								女性								
	10才	13才	16才	19才	25才	30才	40才	計	10才	13才	16才	19才	25才	30才	40才	計	
標本数【人】	650	521	8	43	141	152	101	55	21	129	5	8	28	36	19	27	6
今も遊んでいる	18.2	20.0	12.5	30.2	21.3	19.7	16.8	18.2	14.3	10.9	20.0	25.0	10.7	0.0	0.0	25.9	16.7
以前は遊んでいたが今は遊んでいない	17.5	17.3	12.5	14.0	16.3	16.4	17.8	20.0	28.6	18.6	40.0	12.5	17.9	13.9	15.8	25.9	16.7
アプリ対応の機種を持っていない	58.5	57.0	62.5	46.5	57.4	59.2	60.4	56.4	42.9	64.3	40.0	62.5	67.9	77.8	78.9	37.0	66.6
不明	5.8	5.7	12.5	9.3	5.0	4.7	5.0	5.4	14.2	6.2	0.0	0.0	3.5	8.3	5.3	11.2	0.0

- ・携帯電話・PHS所有者の8割近くはインターネット対応の機種を持っているが、そのうちの6割近く(58.5%)はアプリ対応の機種ではない。
- ・インターネット対応機種所有者の中で、アプリ対応のゲームを楽しんでいるのは、男性の13～15才(30.2%)が多い。男性の25～29才以上になると「以前は遊んでいたが今は遊んでいない」休止プレイヤーが、現在プレイヤー(「今も遊んでいる」)の比率を上回る。

## 出展ブース・タイトルの評価

< 来場前に期待していたブース・トップ20 >

(N=1,128人)

1.	マイクロソフト < 16.4% >	6.	ソニー・コンピュータ エンタテインメント < 7.3% >	11.	アトラス < 2.7% >	16.	サミー < 1.0% >
2.	コナミ < 16.0% >	7.	カプコン < 6.6% >	12.	フロム・ソフトウェア < 2.5% >	17.	タイトー < 0.8% >
3.	スクウェア < 14.8% >	8.	ナムコ < 5.9% >	13.	コーエー < 2.1% >	18.	ハドソン メディアワークス/電撃屋 < 各0.7% >
4.	セガ < 14.1% >	9.	バンダイ プロッコリー/ ゲーマーズ < 各4.9% >	14.	NTTドコモ < 2.0% >	20.	サクセス ホビージャパン 角川書店 < 各0.4% >
5.	エニックス < 9.0% >			15.	テクモ < 1.8% >		

< 会場内で1番気に入ったブース・トップ20 >

(N=1,128人)

1.	コナミ < 12.5% >	6.	エニックス < 4.4% >	11.	アトラス < 2.4% >	18.	サミー < 1.1% >
2.	セガ < 12.3% >	7.	カプコン < 4.3% >	12.	フロム・ソフトウェア < 2.3% >	19.	ハドソン < 0.9% >
3.	マイクロソフト < 9.8% >	8.	ナムコ < 4.1% >	13.	テクモ < 1.7% >	20.	メディアワークス/電撃屋 < 0.6% >
4.	ソニー・コンピュータ エンタテインメント < 5.9% >	9.	バンダイ プロッコリー/ ゲーマーズ < 各3.5% >	14.	コーエー < 1.4% >		
5.	スクウェア < 5.6% >			15.	NTTドコモ タイトー 元氣 < 各1.2% >		

< 来場前に期待していたソフトウェアタイトル・トップ20 >

(N=1,128人)

1.	ドラゴンクエスト (PS)	6.	ときめきメモリアル3 (PS2) < 3.8% >	11.	サクラ大戦4 (DC) < 2.0% >	16.	Jet Set Radio Future (Xbox) < 0.9% >
	スターオーシャン3 (PS2) < 各5.4% >	7.	幻想水滸伝 (PS2) < 3.7% >	12.	トロと休日 (PS2) < 1.8% >	17.	ロマンシング サ・ガ(WS) < 0.8% >
3.	メタルギア ソリッド2 (PS2) < 5.1% >	8.	DEAD OR ALIVE 3 (Xbox) < 3.2% >	13.	ファンタシースター オンライン (GC) < 1.1% >	18.	Rez (PS2・DC) < 0.7% >
4.	ファイナル ファンタジー XII (PS2) < 4.3% >	9.	ゼノサーガ エピソード (PS2) < 2.7% >	14.	暴れん坊プリンセス(PS2) ロックマンエグゼ2 (GBA) < 各1.0% >	19.	ギルティギアゼクスPlus (PS2) バーチャファイター4 (PS2) ラクガキ王国 (PS2) < 各0.6% >
5.	鬼武者2 (PS2) < 4.0% >	10.	ARMORED CORE 3 (PS2) < 2.4% >				

< 最も購入したいソフトウェアのタイトル・トップ20 >

(N=1,128人)

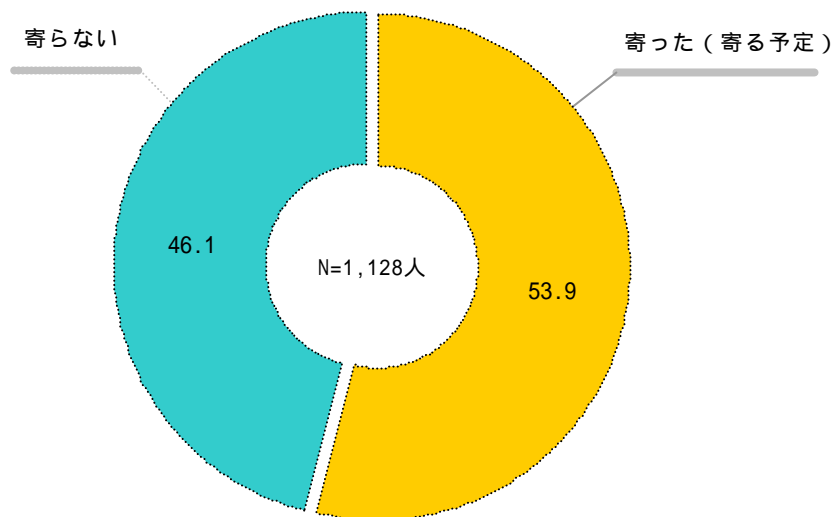
1.	メタルギア ソリッド2 (PS2) < 5.7% >	6.	DEAD OR ALIVE 3 (Xbox) < 3.5% >	11.	トロと休日 (PS2) < 2.0% >	16.	ロックマンエグゼ2 (GBA) < 1.1% >
2.	ドラゴンクエスト (PS) < 4.6% >	7.	ARMORED CORE 3 (PS2) < 2.9% >	12.	サクラ大戦4 (DC) < 1.8% >	17.	ロマンシング サ・ガ(WS) < 0.8% >
3.	鬼武者2 (PS2)	8.	ゼノサーガ エピソード (PS2) < 2.8% >	13.	暴れん坊プリンセス(PS2) < 1.6% >	18.	バーチャファイター4 (PS2) グローランサー (PS2) < 各0.7% >
	スターオーシャン3 (PS2) < 各4.3% >	9.	ときめきメモリアル3 (PS2) < 2.4% >	14.	ラクガキ王国(PS2) ギルティギアゼクスPlus (PS2) < 各1.2% >		
5.	幻想水滸伝 (PS2) < 3.6% >	10.	ファイナル ファンタジー XII (PS2) < 2.2% >			20.	機動戦士ガンダム 連邦V.S.ジオンDX (PS2) < 0.6% >

< ハードウェアの略語説明 >

PS2: プレイステーション2 PS: プレイステーション GC: ニンテンドーゲームキューブ  
GBA: ゲームボーイアドバンス DC: ドリームキャスト WS: ワンダースワン Xbox: X b o x

# 物販ブースの利用状況

## 1. 物販ブースの立ち寄り状況



【単位：％】

【単位：％】

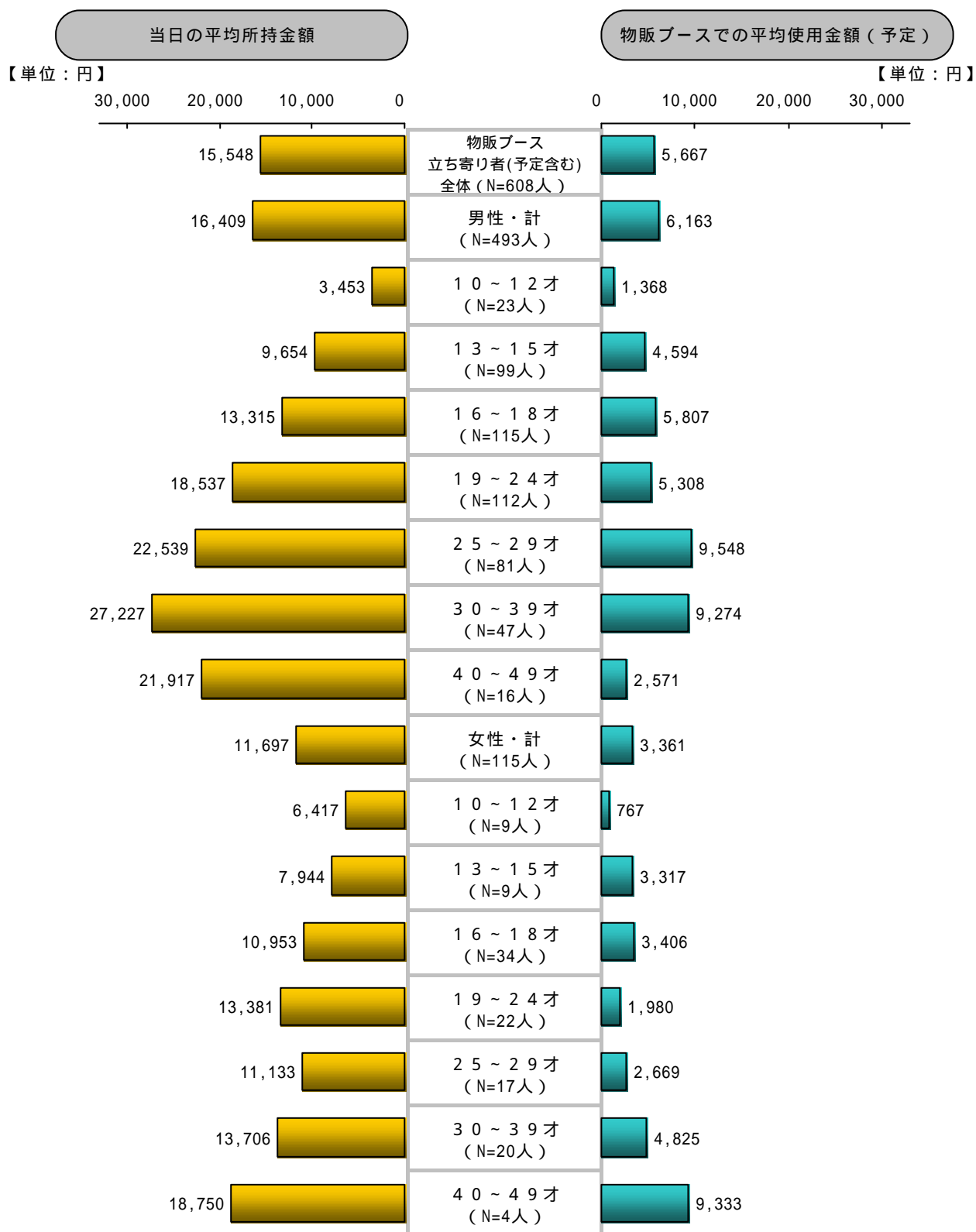
	男女・年齢別																
	男	10	13	16	19	25	30	40	女	10	13	16	19	25	30	40	
2001秋・全体	性	才	才	才	才	才	才	性	才	才	才	才	才	才	才		
標本数【人】	1,128	923	59	140	200	224	164	100	36	205	17	21	40	45	30	42	10
寄った(寄る予定)	53.9	53.4	39.0	70.7	57.5	50.0	49.4	47.0	44.4	56.1	52.9	42.9	85.0	48.9	56.7	47.6	40.0
寄らない	46.1	46.6	61.0	29.3	42.5	50.0	50.6	53.0	55.6	43.9	47.1	57.1	15.0	51.1	43.3	52.4	60.0

- ・物販ブースへの立ち寄り率は半数を超える(53.9%)。  
特に女性の16～18才は8割以上(85.0%)が「立ち寄り」と回答。

### <具体的に挙がった物販ブース トップ10>

1.	ブロッコリー/ゲーマーズ	(15.1%)	6.	ソフトバンク パブリッシング	(4.6%)
2.	コナミ/こなみるく	(12.3%)	7.	講談社/Kキャラ	(4.4%)
3.	メディアワークス/電撃屋	(8.9%)	8.	コスバ	(3.9%)
4.	コンパイル/元祖ぶよまん本舗	(各8.7%)	9.	角川書店	(3.0%)
	スクウェア		10.	アトラス	(2.3%)

## 2. 当日の平均所持金額 / 物販ブースでの平均使用金額 (予定)



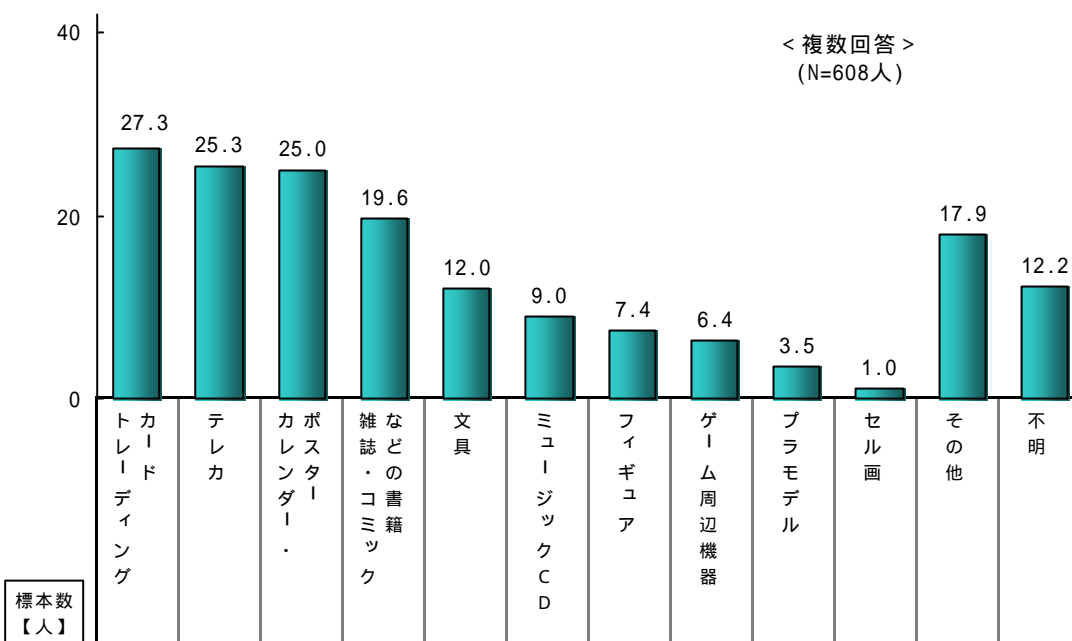
立ち寄り者数のうち、数値未記入者は平均金額算出時の母数に含まれていない (数値記入者の合計金額 ÷ 数値記入者全数として算出)

- ・物販ブース立ち寄り者 (予定含む) の平均所持金額は15,548円で、男女・年齢別では男性の30～39才が27,227円で最も多い。
- ・物販ブースでの平均使用金額 (予定) になると、全体では5,667円で平均所持金額の約1/3。男性の25才～29才、30～39才は1万円近い使用 (予定) 金額となっている。



### 3. 物販ブースでの購入（予定）商品

【単位：％】



<複数回答>  
(N=608人)

標本数  
【人】

2001秋・物販ブース 立ち寄り者（予定含む）全体	608	27.3	25.3	25.0	19.6	12.0	9.0	7.4	6.4	3.5	1.0	17.9	12.2
------------------------------	-----	------	------	------	------	------	-----	-----	-----	-----	-----	------	------

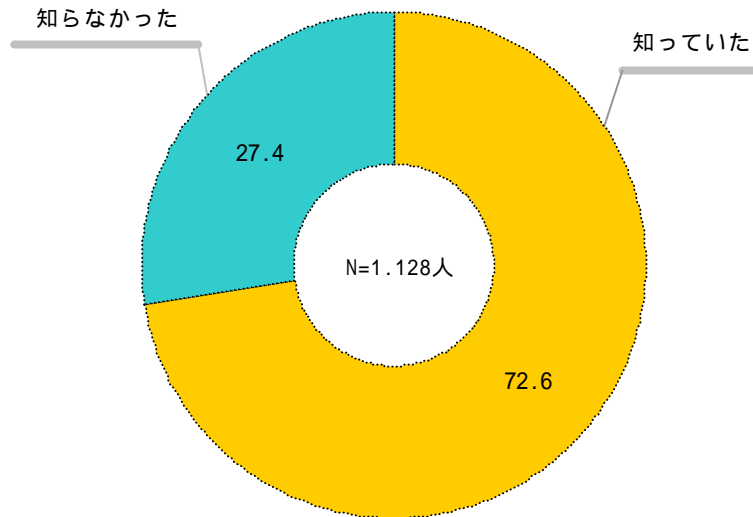
男女・年齢別	男性		割合 (%)											
	人数	割合 (%)	トレーディングカード	テレカ	カレンダー・ポスター	雑誌・コミック	文具	ミュージックCD	フィギュア	ゲーム周辺機器	プラモデル	セル画	その他	不明
男性	493	30.2	26.0	24.9	20.9	11.0	9.1	7.3	6.7	3.7	1.2	16.6	10.1	
10～12才	23	30.4	4.3	8.7	17.4	4.3	4.3	8.7	8.7	17.4	0.0	8.7	0.0	
13～15才	99	41.4	30.3	33.3	14.1	20.2	6.1	9.1	9.1	1.0	2.0	15.2	4.0	
16～18才	115	45.2	27.0	33.9	17.4	9.6	8.7	7.8	4.3	2.6	1.7	15.7	10.4	
19～24才	112	17.0	25.0	19.6	26.8	6.3	9.8	3.6	4.5	2.7	0.0	20.5	20.5	
25～29才	81	19.8	29.6	19.8	23.5	9.9	16.0	7.4	7.4	3.7	0.0	14.8	8.6	
30～39才	47	25.5	29.8	19.1	23.4	6.4	8.5	12.8	10.6	8.5	2.1	21.3	4.3	
40～49才	16	12.5	0.0	12.5	31.3	25.0	0.0	0.0	6.3	0.0	6.3	12.5	12.5	
女性	115	14.8	22.6	25.2	13.9	16.5	8.7	7.8	5.2	2.6	0.0	23.5	20.9	
10～12才	9	33.3	33.3	33.3	22.2	11.1	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	11.1	33.3	
13～15才	9	0.0	33.3	44.4	22.2	22.2	22.2	22.2	11.1	0.0	0.0	22.2	0.0	
16～18才	34	17.6	26.5	32.4	23.5	26.5	11.8	8.8	2.9	0.0	0.0	17.6	17.6	
19～24才	22	9.1	18.2	18.2	0.0	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	27.3	36.4	
25～29才	17	11.8	5.9	29.4	11.8	5.9	0.0	5.9	5.9	5.9	0.0	29.4	23.5	
30～39才	20	15.0	25.0	10.0	5.0	20.0	5.0	10.0	10.0	5.0	0.0	35.0	10.0	
40～49才	4	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	

【単位：％】

- ・物販ブースでの購入予定商品は「トレーディングカード」「テレカ」「カレンダー・ポスター」の順。「トレーディングカード」は男性の13～18才で特に多い。
- ・女性の人気 1は「カレンダー・ポスター」で、18才以下の低年齢層での需要が高い。

# 特典つきソフトウェアの需要

## 1. 特典つきソフトウェアの認知



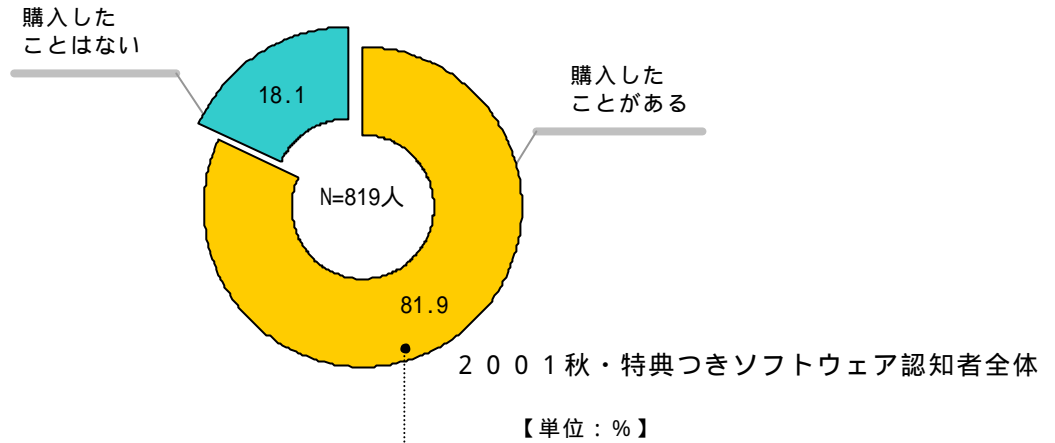
【単位：％】

【単位：％】

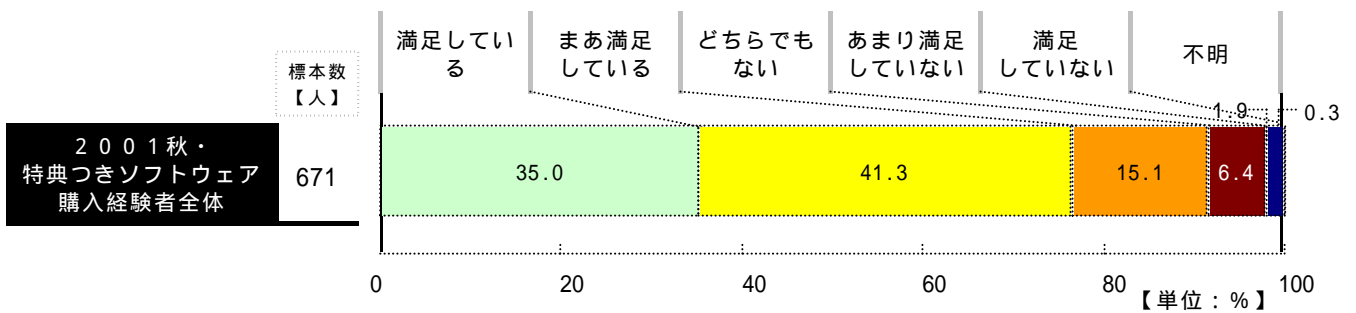
2001秋・全体	男女・年齢別																
	男性・計	10代							20代							女性・計	
		10才	13才	16才	19才	25才	30才	40才	10才	13才	16才	19才	25才	30才	40才		
標本数【人】	1,128	923	59	140	200	224	164	100	36	205	17	21	40	45	30	42	10
知っていた	72.6	73.5	50.8	71.4	86.0	77.2	75.6	66.0	36.1	68.8	58.8	85.7	85.0	68.9	80.0	47.6	40.0
知らなかった	27.4	26.5	49.2	28.6	14.0	22.8	24.4	34.0	63.9	31.2	41.2	14.3	15.0	31.1	20.0	52.4	60.0

・特典つきソフトウェアの認知率は7割強（72.6％）。男女ともに30代以上の高年齢層で、認知率が低くなっている。

## 2. 特典つきソフトウェアの購入経験



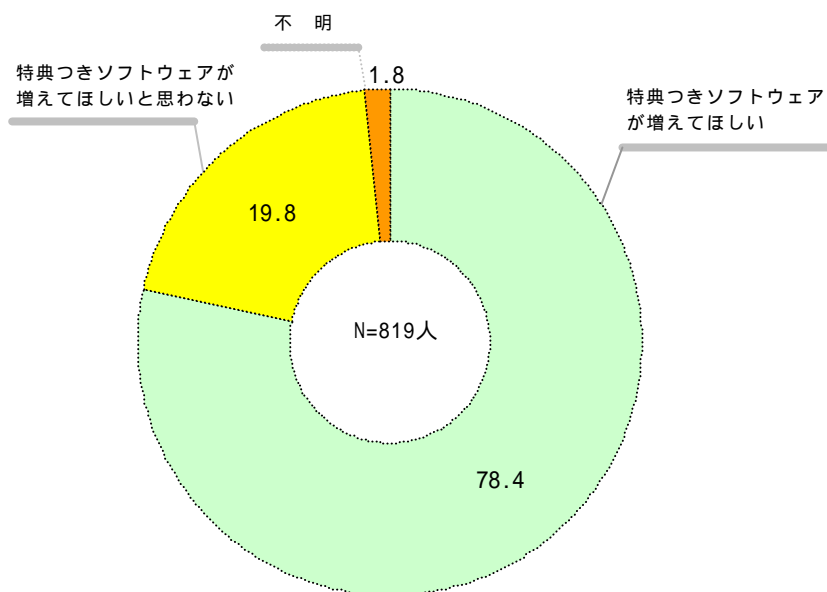
## 3. 特典に対する満足度



		標本数【人】	【単位：％】					
			満足している	まあ満足している	どちらでもない	あまり満足していない	満足していない	不明
2001秋・特典つきソフトウェア購入経験者全体		671	35.0	41.3	15.1	6.4	1.9	0.3
男女・年齢別	男性	558	35.5	40.3	15.6	6.3	2.2	0.2
	10～12才	23	60.9	17.4	17.4	4.3	0.0	0.0
	13～15才	86	49.9	31.4	10.5	7.0	1.2	0.0
	16～18才	144	47.9	39.6	7.6	3.5	1.4	0.0
	19～24才	140	22.9	47.1	20.0	7.9	2.1	0.0
	25～29才	102	22.5	44.1	21.6	6.9	3.9	1.0
	30～39才	55	25.5	47.2	18.2	5.5	3.6	0.0
	40～49才	8	37.5	0.0	37.5	25.0	0.0	0.0
	女性	113	32.7	46.0	12.4	7.1	0.9	0.9
	10～12才	10	40.0	50.0	10.0	0.0	0.0	0.0
13～15才	14	28.6	50.0	14.3	7.1	0.0	0.0	
16～18才	25	60.0	24.0	12.0	4.0	0.0	0.0	
19～24才	25	16.0	64.0	12.0	4.0	0.0	4.0	
25～29才	20	25.0	55.0	0.0	15.0	5.0	0.0	
30～39才	16	25.0	43.7	18.8	12.5	0.0	0.0	
40～49才	3	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	

- ・特典つきソフトウェア認知者の8割強が実際に特典つきソフトウェアを購入したことがある。
- ・購入時についていた特典に対する満足度をきいたところ、購入者全体の76.3%（「満足している」+「まあ満足している」）が肯定的反応。不満度（「あまり満足していない」+「満足していない」）が最も高いのは女性の25～29才（20.0%）。
- ・購入意向を喚起する特典としては「特になし」が最も多く、具体的に挙げた中では、「サントラCD」「テレカ」「カレンダー・ポスター」「フィギュア・ぬいぐるみ」「トレーディングカード」等がある。また「日常で使えるもの」「次回購入時の割引」を望む声もあった。

#### 4. 今後の特典つきソフトウェアに対するニーズ



2001秋・特典つきソフトウェア認知者全体

【単位：％】

【単位：％】

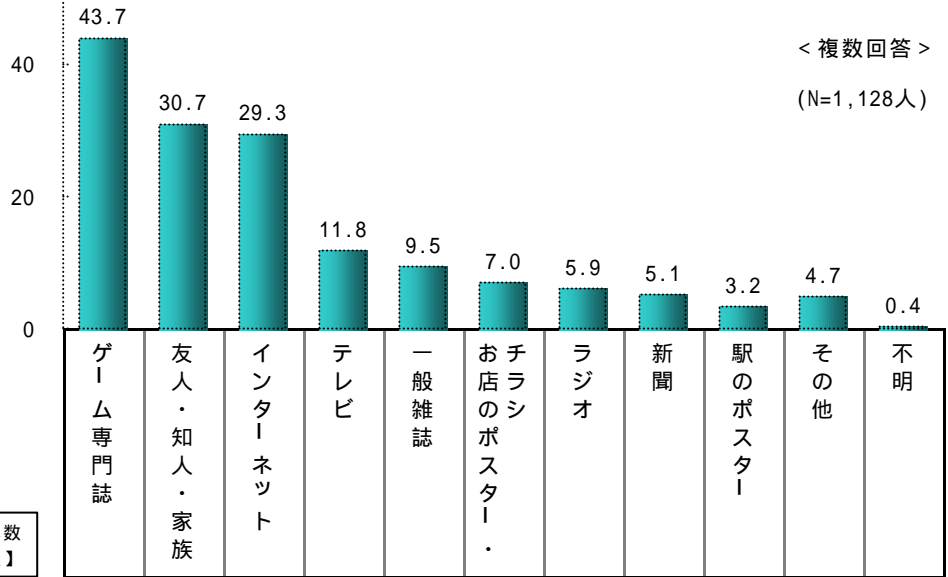
2001秋・特典つきソフトウェア認知者全体	男女・年齢別																
	男	10才～19才							女	10才～19才							
		10才	13才	16才	19才	25才	30才	40才		10才	13才	16才	19才	25才	30才	40才	
標本数【人】	819	678	30	100	172	173	124	66	13	141	10	18	34	31	24	20	4
特典つきソフトウェアが増えてほしい	78.4	77.7	93.3	96.0	89.0	70.5	56.5	74.2	69.2	81.6	100.0	94.4	85.3	77.4	70.8	80.0	50.0
特典つきソフトウェアが増えてほしいと思わない	19.8	20.5	3.3	4.0	9.9	28.3	40.3	24.2	15.4	16.3	0.0	5.6	11.8	22.6	25.0	20.0	25.0
不明	1.8	1.8	3.4	0.0	1.1	1.2	3.2	1.6	15.4	2.1	0.0	0.0	2.9	0.0	4.2	0.0	25.0

・特典つきソフトウェア認知者の8割近く（78.4％）が今後もその発売を望んでいる。  
男女ともに10～15才の低年齢層で、特にその希望が高い。

# 東京ゲームショー2001秋来場状況

## 1. 認知経路

【単位：％】



<複数回答>

(N=1,128人)

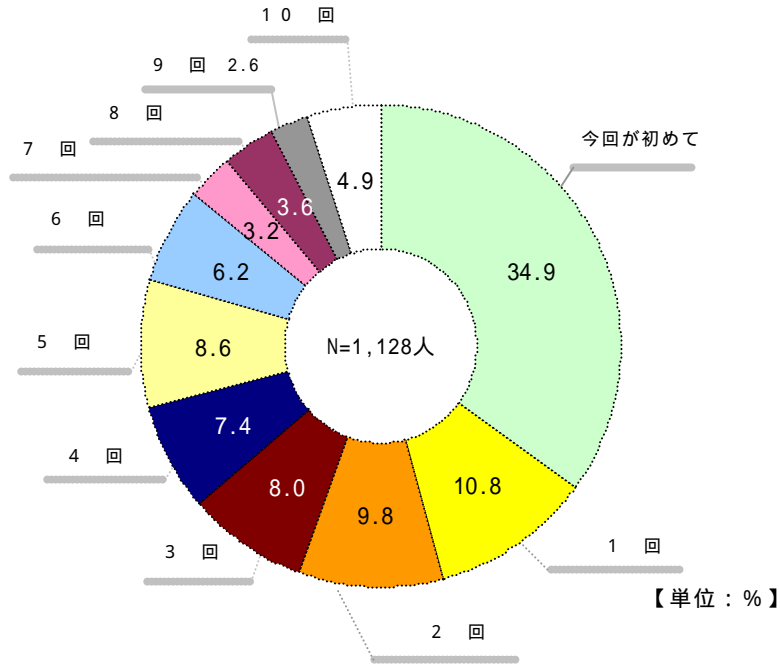
標本数  
【人】

2001秋・全体		1,128	43.7	30.7	29.3	11.8	9.5	7.0	5.9	5.1	3.2	4.7	0.4
男女・年齢別	男性	923	46.3	28.5	30.7	12.0	9.8	7.6	6.4	4.9	3.3	4.0	0.4
	10～12才	59	22.0	42.4	13.6	20.3	16.9	8.5	1.7	6.8	5.1	1.7	0.0
	13～15才	140	46.4	42.1	27.1	16.4	14.3	7.9	13.6	4.3	2.9	5.0	1.4
	16～18才	200	49.0	39.5	31.0	9.0	7.5	9.5	8.0	3.0	4.0	5.0	0.0
	19～24才	224	52.7	24.6	36.6	10.7	6.7	6.7	5.4	4.0	3.1	2.2	0.4
	25～29才	164	47.0	17.7	29.9	9.8	7.3	6.7	5.5	2.4	0.6	4.9	0.6
	30～39才	100	47.0	13.0	33.0	12.0	10.0	8.0	2.0	8.0	6.0	4.0	0.0
	40～49才	36	25.0	8.3	30.6	16.7	22.2	2.8	0.0	22.2	2.8	5.6	0.0
	女性	205	32.2	40.5	23.4	10.7	8.3	4.4	3.9	5.9	2.9	7.8	0.0
	10～12才	17	23.5	47.1	11.8	11.8	11.8	0.0	11.8	0.0	5.9	0.0	0.0
	13～15才	21	33.3	33.3	42.9	9.5	14.3	0.0	4.8	0.0	0.0	4.8	0.0
	16～18才	40	45.0	55.0	17.5	5.0	7.5	0.0	7.5	0.0	0.0	12.5	0.0
	19～24才	45	31.1	44.4	24.4	11.1	8.9	6.7	2.2	6.7	2.2	11.1	0.0
	25～29才	30	26.7	40.0	23.3	3.3	10.0	10.0	3.3	6.7	6.7	10.0	0.0
	30～39才	42	26.2	28.6	26.2	16.7	2.4	7.1	0.0	11.9	4.8	4.8	0.0
	40～49才	10	40.0	20.0	10.0	30.0	10.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0
参考	2001春・全体	1,042	46.1	31.2	22.6	15.0	17.2	7.4	5.5	5.4	3.2	4.7	0.7
	2000秋・全体	1,008	38.9	34.9	14.8	16.1	24.7	7.5	5.4	6.3	3.5	4.6	0.0

【単位：％】

・第1位、第2位は、過去2回とくらべてその比率は減少傾向にあるものの、「ゲーム専門誌」「友人・知人・家族」が挙がっている。第3位の「インターネット」は回を追うごとにその比率を上げている。

## 2. 過去の東京ゲームショウ来場経験



過去の平均来場回数
2.9回

【単位：％】

	男女・年齢別																
	2001秋・全体	男性								女性							
		10才	13才	16才	19才	25才	30才	40才	10才	13才	16才	19才	25才	30才	40才		
標本数【人】	1,128	923	59	140	200	224	164	100	36	205	17	21	40	45	30	42	10
今回が初めて	34.9	33.4	44.0	40.7	25.0	35.7	31.2	32.0	33.3	41.3	70.5	28.5	47.5	42.3	30.0	35.7	50.0
1回	10.8	11.3	20.3	17.9	8.5	9.8	8.5	11.0	8.3	8.8	11.8	9.5	7.5	8.9	6.7	11.9	0.0
2回	9.8	9.5	15.3	10.7	9.0	6.7	6.7	12.0	22.2	11.2	5.9	4.8	10.0	8.9	10.0	16.7	30.0
3回	8.0	8.0	8.5	10.0	6.5	7.6	8.5	7.0	11.1	7.8	0.0	19.0	2.5	11.1	6.7	7.1	10.0
4回	7.4	7.7	5.1	5.0	14.5	8.5	5.5	3.0	2.8	6.3	5.9	0.0	10.0	8.9	6.7	4.8	0.0
5回	8.6	8.3	3.4	8.6	12.5	7.6	7.3	7.0	5.6	9.8	0.0	28.6	10.0	4.4	13.3	7.1	10.0
6回	6.2	6.3	0.0	2.9	7.5	8.5	7.3	5.0	8.3	5.9	0.0	0.0	2.5	8.9	10.0	9.5	0.0
7回	3.2	3.5	0.0	0.7	5.0	4.0	4.3	3.0	5.6	2.0	0.0	4.8	2.5	2.2	3.3	0.0	0.0
8回	3.6	4.0	0.0	0.7	6.0	2.7	4.9	9.0	2.8	2.0	5.9	0.0	5.0	0.0	3.3	0.0	0.0
9回	2.6	3.0	0.0	1.4	3.0	3.1	6.7	2.0	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0
10回	4.9	5.0	3.4	1.4	2.5	5.8	9.1	9.0	0.0	4.4	0.0	4.8	2.5	4.4	10.0	4.8	0.0
過去の平均来場回数【回】	2.9	3.0	1.5	1.9	3.5	3.0	3.7	3.3	2.4	2.4	0.9	3.0	2.2	2.3	3.5	2.5	1.4

・「今回が初めて」の来場経験者は前回より9ポイント増加し、全体の約3割を占めている。平均の来場回数は2.9回で、男女・年齢別では男性の25～29才が3.7回と最も多い。









3) 本日購入した、または、購入する予定の商品をいくつかもお教えてください。 <いくつかも 印>

- |                 |               |             |         |
|-----------------|---------------|-------------|---------|
| 1. 雑誌・コミックなどの書籍 | 4. プラモデル      | 7. ゲーム周辺機器  | 10. セル画 |
| 2. カレンダー・ポスター   | 5. テレカ        | 8. ミュージックCD | 11. その他 |
| 3. フィギュア        | 6. トレーディングカード | 9. 文具       | {       |

**質問14** 1) あなたは特典付きで販売されるソフトがあることについてご存知ですか。 <1つだけ 印>

- |          |           |
|----------|-----------|
| 1. 知っていた | 2. 知らなかった |
|----------|-----------|

2) 実際に購入したことがありますか。 <1つだけ 印>

- |              |              |
|--------------|--------------|
| 1. 購入したことがある | 2. 購入したことはない |
|--------------|--------------|

3) 実際に購入した方は、その特典についての満足度を教えてください。 <1つだけ 印>

- |             |            |               |
|-------------|------------|---------------|
| 1. 満足している   | 3. どちらでもない | 4. あまり満足していない |
| 2. まあ満足している |            | 5. 満足していない    |

4) 今後、どのような特典があれば、購入してみたいと思いますか。具体的に教えてください。

--

5) 今後、特典付きのソフト販売が増えてほしいと思いますか。 <1つだけ 印>

- |       |         |
|-------|---------|
| 1. 思う | 2. 思わない |
|-------|---------|

**質問15** 1) 「東京ゲームショウ2001 秋」は何でお知りになりましたか。 <いくつかも 印>

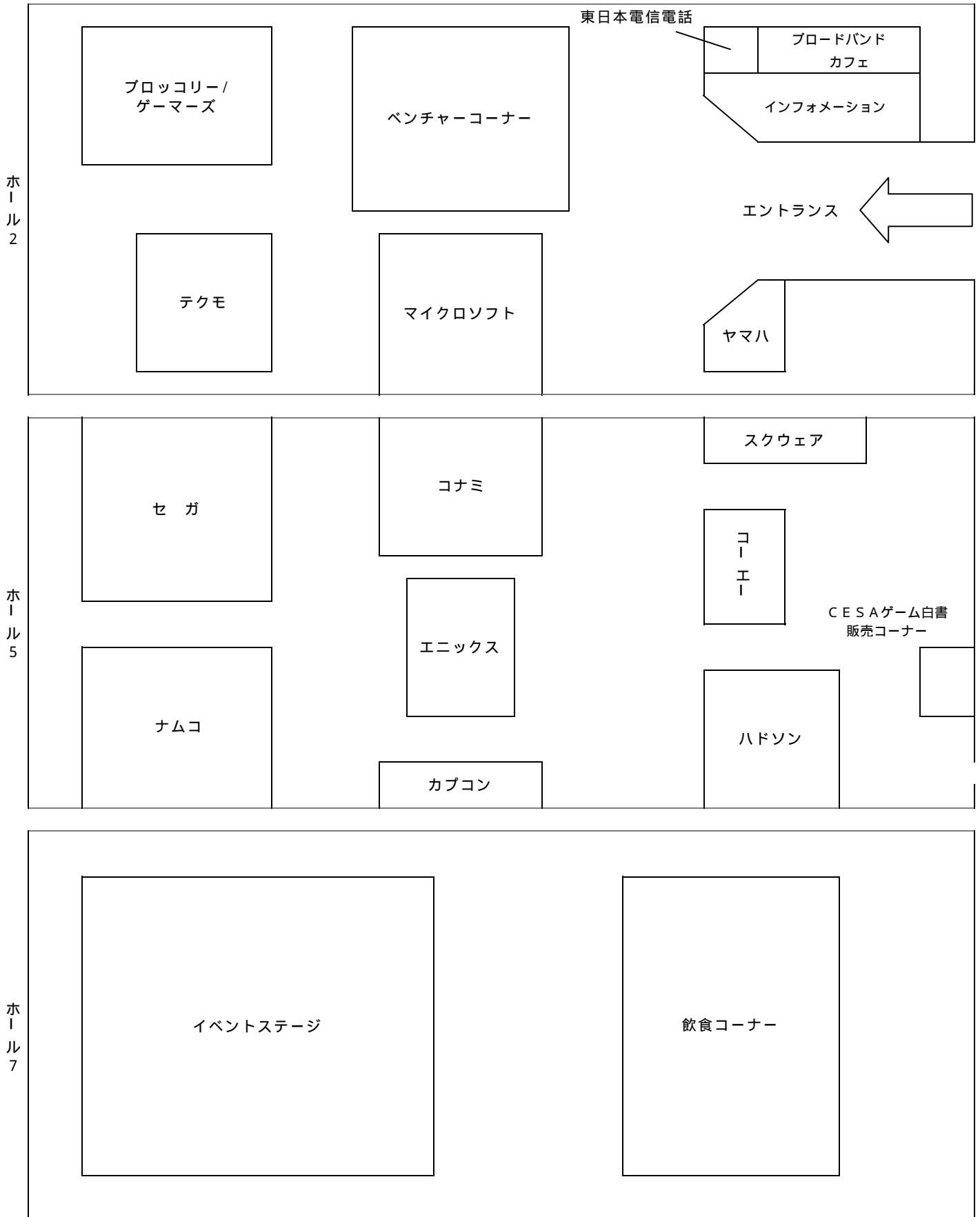
- |        |                |             |         |
|--------|----------------|-------------|---------|
| 1. テレビ | 4. ゲーム専門誌      | 7. 駅のポスター   | 10. その他 |
| 2. ラジオ | 5. 一般雑誌        | 8. 友人・知人・家族 | { 具体的に  |
| 3. 新聞  | 6. お店のポスター・チラシ | 9. インターネット  |         |

2) 東京ゲームショウは'96年夏、'97~2001年の春と、過去10回開催されました。そのうち、何回来られましたか。

- |                |            |
|----------------|------------|
| 1. 過去に ( ) 回来た | 2. 今回がはじめて |
|----------------|------------|

付2) アンケートブース設置ポイント

ブース設置ポイント



禁無断転載

**東京ゲームショウ 2001秋**  
**来場者調査報告書**

発行 平成13年11月

発行者

社団法人 コンピュータエンターテインメントソフトウェア協会  
所在地 〒105-0003 東京都港区西新橋1-22-10 西新橋アネックス3階  
電話 03-3591-9151