

MDBネットサーベイ

**「デジタル映像機器に関する購入実態」  
調査報告書**

**結果報告書**

2003年8月  
株式会社日本能率協会総合研究所  
マーケティングデータバンク

# 目次

---

## 調査概要

調査概要	2
------	---

## 調査結果

### ．デジタルカメラ編

1．動画撮影機の有無	4
2．撮影した写真や動画の利用方法	5
3．今後の購入重視点／最も重視する点	6

### ．デジタルビデオカメラ編

1．所有機器のメーカー名	7
2．デジタルビデオカメラを所有していない利用	8
3．今後の購入重視点／最も重視する点	9

### ．動画撮影機能付き携帯電話機編

1．所有の有無	10
2．所有機器のメーカー名	11
3．撮影した動画の利用方法	12
4．動画撮影機能付き携帯電話機を所有していない理由	13
5．今後の購入重視点／最も重視する点	14

### ．小型ムービーカメラ（動画撮影機能つきトイカメラ）編

1．魅力度	15
2．購入意向	16

### ．映像機器の比較

1．今後の購入意向順位	17
2．シーン別利用意向	18

調査項目一覧	19
--------	----

---

## 調査概要

## 調査概要

---

調査方法	: 小社保有の「MDBネットサーベイ」利用によるインターネットリサーチ調査（WEBによる調査）
調査対象者	: 全国の16才以上の男女
有効回答数	: 4488票
調査実施機関	: 2003年5月8日～5月21日
調査実施機関	: 株式会社日本能率協会総合研究所

# デジタルカメラ編

## 1. 動画撮影機能の有無

### 動画撮影機能が「ついている」と回答した人は6割。

- ・デジタルカメラ所有者の中で、動画撮影機能付きを持っている人は全体の6割となっている。
- ・性別年代別では、男女共に20代、30代で6割を超えており、年代が低いほど動画撮影機能付きを所有している割合が高くなっている。

Q2. 動画撮影機能の有無 (n=3143)



		(%)	
		ついている	ついてない
全体	(n=3143)	60.3	39.7
男性	(n=1104)		
女性	(n=2038)		
男性 20代以下	(n=161)		
30代	(n=396)		
40代	(n=367)		
50代以上	(n=180)		
女性 20代以下	(n=524)		
30代	(n=1031)		
40代	(n=388)		
50代以上	(n=95)		

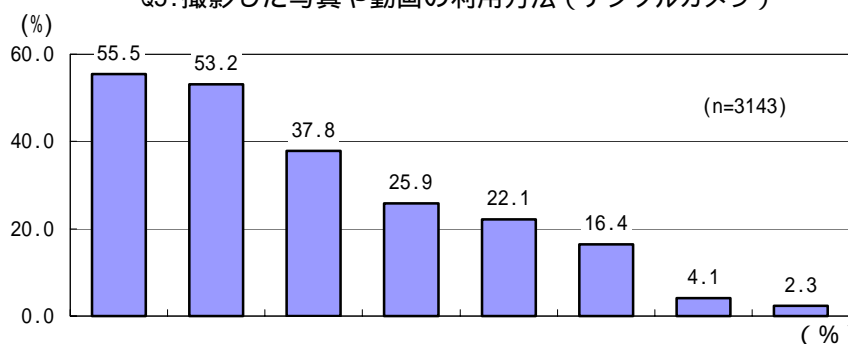
# デジタルカメラ編

## 2. 撮影した写真や動画の利用方法

### 撮影した写真や動画の利用方法は「パソコンでCD-R/RWに保存」「カメラ自体で再生」する人が約半数。

- ・撮影した写真や動画の利用方法は全体では「パソコンでCD-R/RWに保存」(55.5%)、「カメラ自体で再生」(53.2%)となっている。
- ・性別で比較すると「パソコンで電子アルバム制作」は男性よりも女性のほうが、高くなっている。
- ・性別年代別に比較してみると、女性50代以上は「カメラ自体で再生」が他の層と比べて高くなっている。

Q5. 撮影した写真や動画の利用方法（デジタルカメラ）



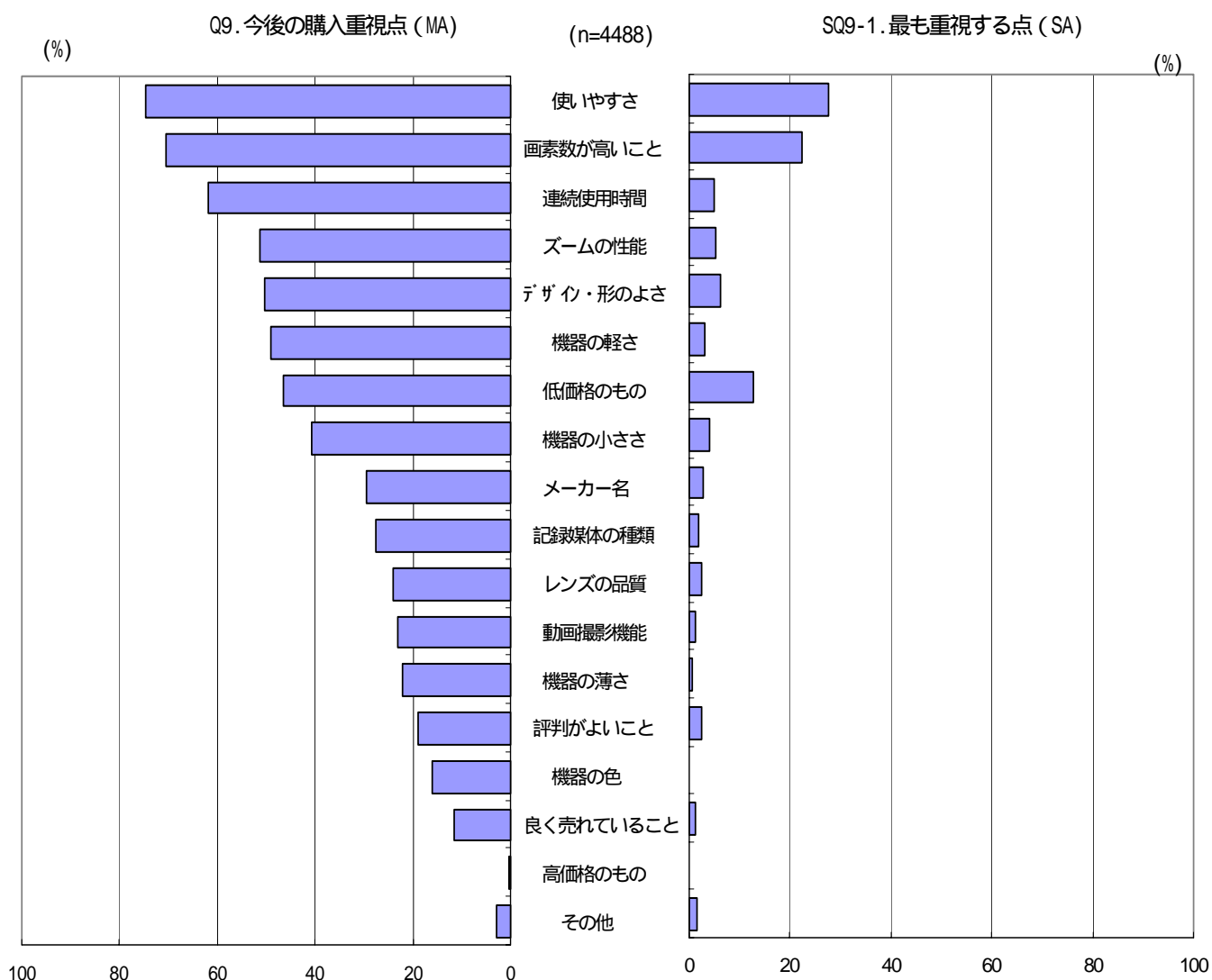
	保存パソコンでCD-R/RWに保	カメラ自体で再生	パソコンで電子アルバム制作	メールで画像や動画のやりとり	パソコンでインターネット公開	プリントして写真代わり	ほとんど使わない	その他
全体 (n=3143)	55.5	53.2	37.8	25.9	22.1	16.4	4.1	2.3
男性 (n=1104)								
女性 (n=2038)								
男性 20代以下 (n=161)								
30代 (n=396)								
40代 (n=367)								
50代以上 (n=180)								
女性 20代以下 (n=524)								
30代 (n=1031)								
40代 (n=388)								
50代以上 (n=95)								

## デジタルカメラ編

### 3. 今後の購入重視点 / 最も重視する点

**デジタルカメラの購入重視点の上位3位は「使いやすさ」、「画素数が高いこと」、「連続使用時間」。一方、最も重視する点は「使いやすさ」、「画素数が高いこと」、「低価格のもの」の順になっている。**

- ・デジタルカメラを購入する際の重視点を複数回答でみると「使いやすさ」がトップ。次いで「画素数が高いこと」、「連続使用時間」が続いている。しかし、デジタルカメラを購入する際に最も重視する点を単一回答でみると「使いやすさ」、「画素数が高いこと」と上位2位は同じであるが、3位は「低価格のもの」となっている。



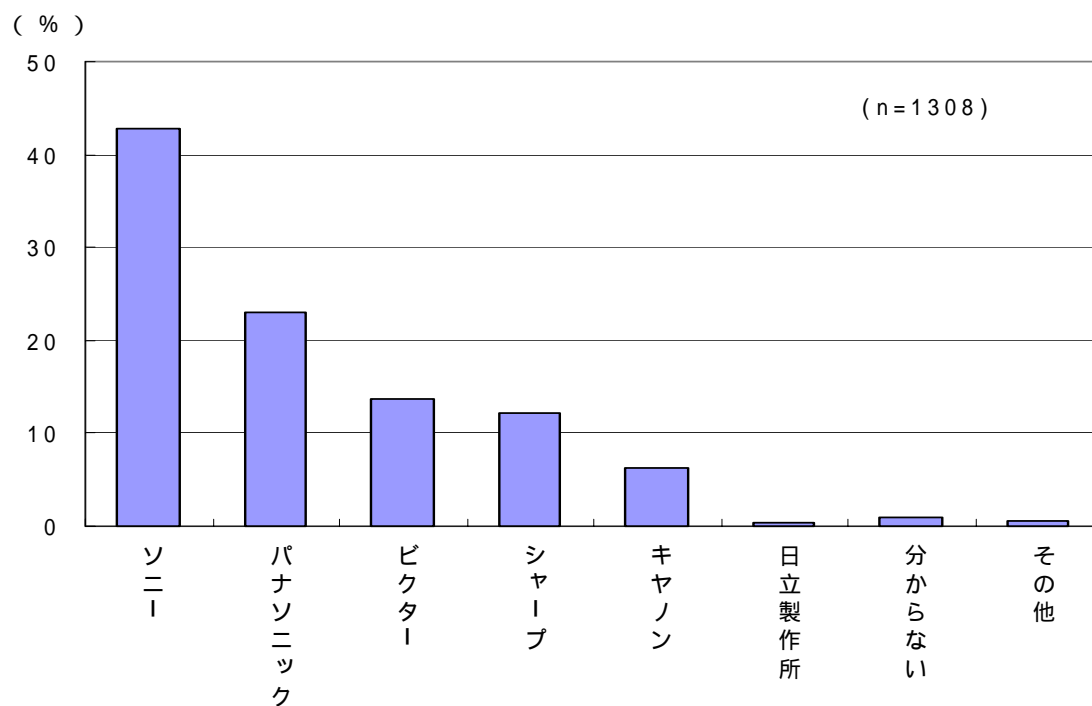
# デジタルビデオカメラ編

## 1. 所有機器のメーカー名

**所有デジタルビデオカメラのメーカーのトップは「ソニー」で約4割。**

・所有しているデジタルビデオカメラのメーカーをみると「ソニー」がトップで、2位の「パナソニック」と約20ポイントの差がある。また、3位は「ビクター」が続いている。

Q11. 所有機器のメーカー名

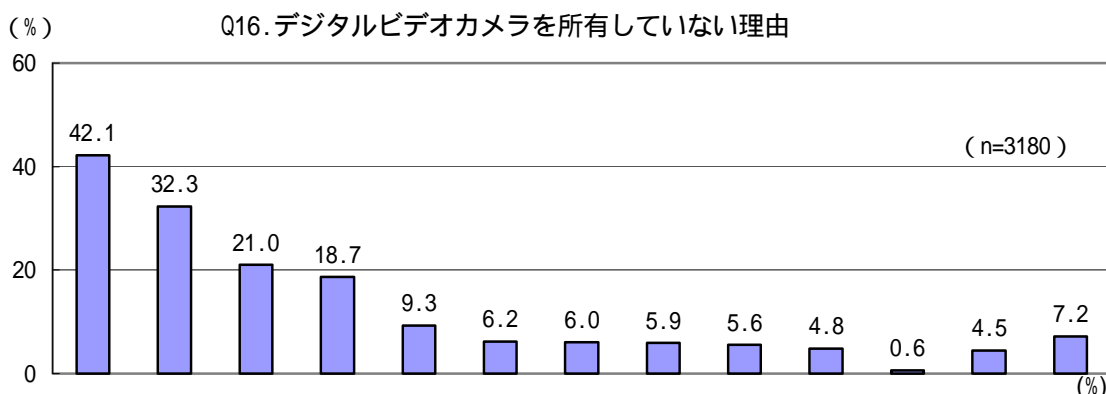


# デジタルビデオカメラ編

## 2. デジタルビデオカメラを所有していない理由

**デジタルビデオカメラを持たない理由は「価格が高いので」が42.1%。次いで「動画を撮影しないので」が32.3%となっている。**

- デジタルビデオカメラ非所有者に対して、デジタルビデオカメラを持たない理由を尋ねたところ全体では「価格が高いので」が42.1%でトップ。続いて「動画を撮影しないので」(32.3%)、「安くなってから購入する予定なので」(21.0%)、「従来のビデオカメラを持っているので」(18.7%)となった。
- 性別年代別に比較すると、男女とも年代が低いほど「価格が高いので」と回答している割合が高くなっており、特に男性20代においては6割の人がそう回答している。また、男性40代は「従来のビデオカメラを持っているので」と回答した人が3割程度となっている。女性50代以上は「使いこなせそうにないので」、「操作が難しそうなので」と、機器の使い方に関連する項目で他の層より高くなっている。



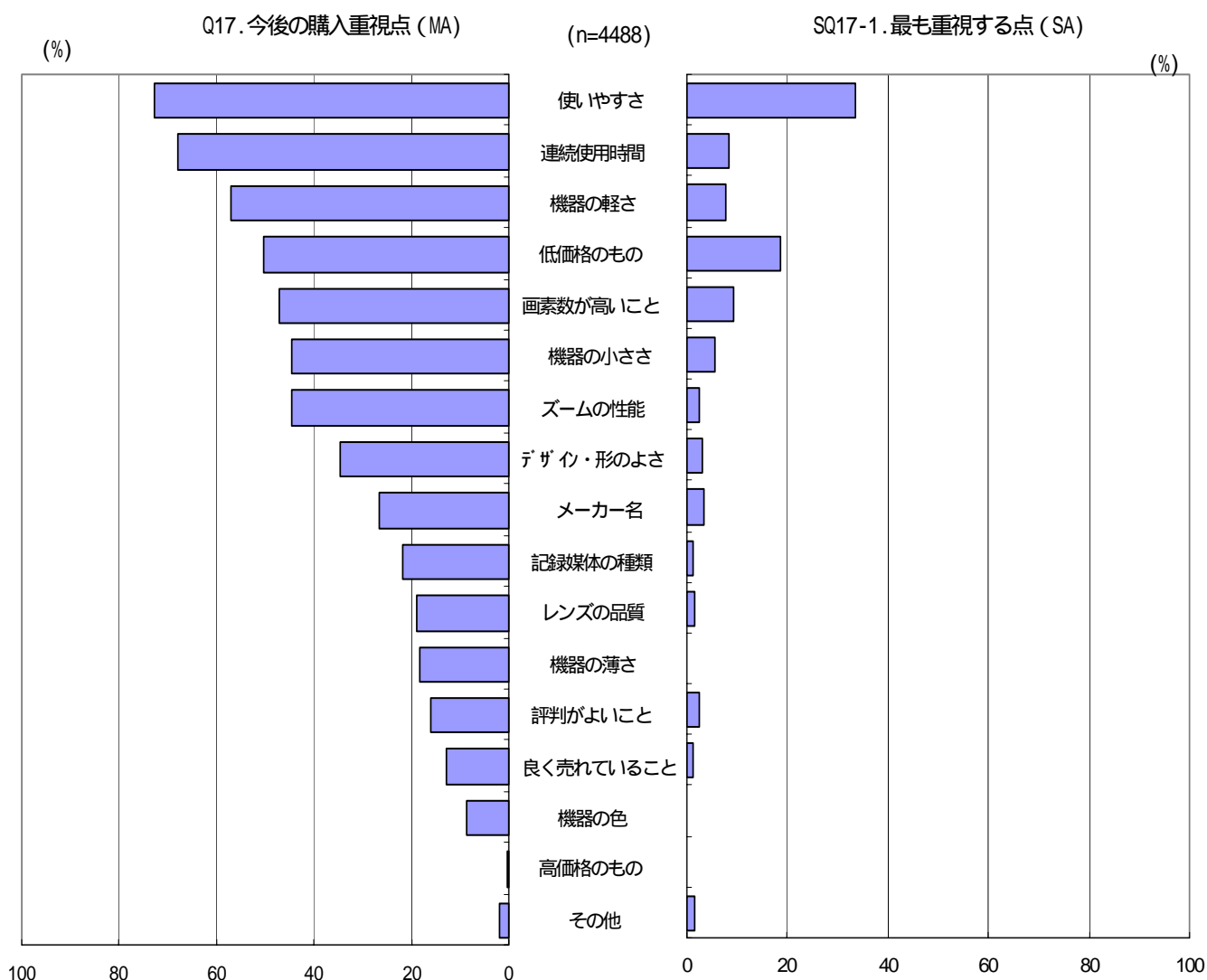
	価格が高いので	動画を撮影しないので	安くなってから購入予定なので	従来のビデオカメラをもっている	使いこなせそうにない	画質がよくなってから購入	操作が難しそうなので	撮影した写真の管理が面倒	軽くなってから購入予定	まだ連続使用時間が短い	パソコンを持っていない	この中にはない	その他
全体 (n=3180)	42.1	32.3	21.0	18.7	9.3	6.2	6.0	5.9	5.6	4.8	0.6	4.5	7.2
男性 (n=1087)													
女性 (n=2092)													
男性 20代以下 (n=212)													
30代 (n=349)													
40代 (n=338)													
50代以上 (n=188)													
女性 20代以下 (n=626)													
30代 (n=931)													
40代 (n=408)													
50代以上 (n=127)													

## デジタルビデオカメラ編

### 3. 今後の購入重視点 / 最も重視する点

**デジタルビデオカメラの購入重視点の上位3位は「使いやすさ」、「連続使用時間」、「機器の軽さ」。一方、最も重視する点は「使いやすさ」、「低価格のもの」、「画素数が高いこと」の順になっている。**

・デジタルビデオカメラを購入する際の重視点を複数回答でみると「使いやすさ」がトップ。次いで「連続使用時間」、「機器の軽さ」となっている。しかし、デジタルカメラを購入する際に最も重視する点を単一回答でみると「使いやすさ」、「低価格のもの」、「画素数が高いこと」の順になっている。



# 動画撮影機能付き携帯電話機編

## 1. 所有の有無

### 動画撮影機能付き携帯電話機を持っていると回答した人は全体の1割強。

- ・動画撮影機能付き携帯電話機の所有をみると、「持っている」と回答した人は全体の12.5%となっている。
- ・性別年代別に比較すると、男女とも年齢が低くなるにつれて「持っている」人の割合が多くなっている。

Q18. 所有の有無 (n=4488)



■ 持っている ■ 持っていない

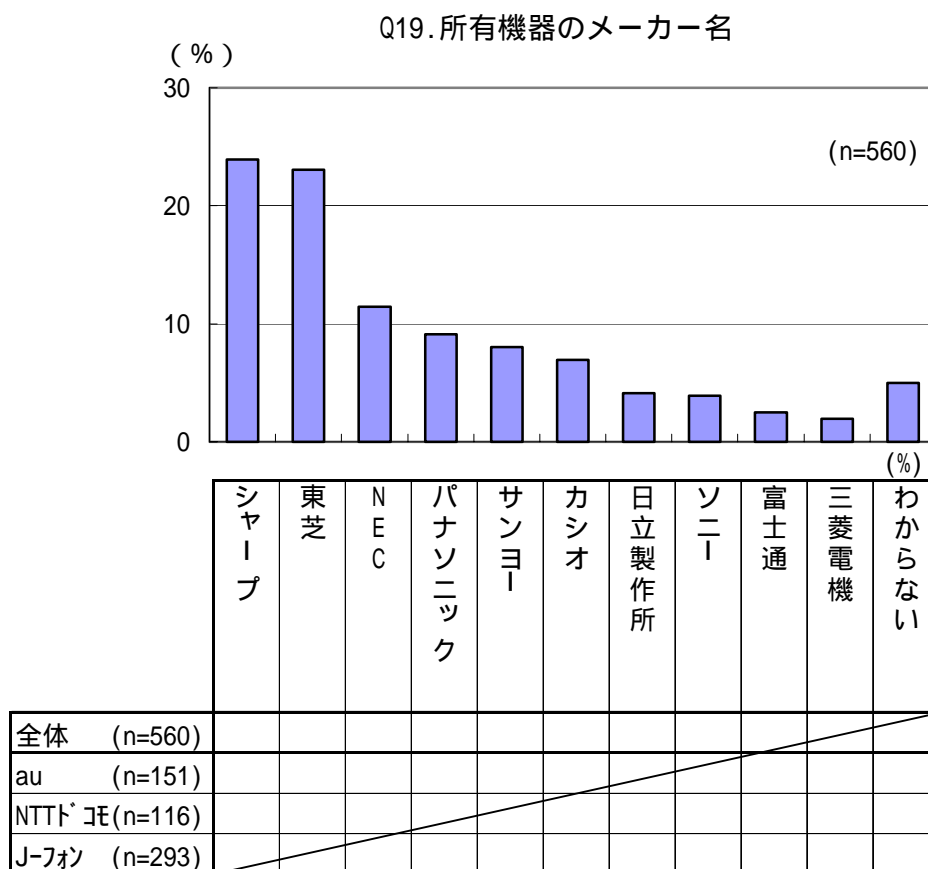
		(%)	
		持っている	持っていない
全体	(n=4488)	12.5	87.5
男性	(n=1494)		
女性	(n=2993)		
男性 20代以下	(n=247)		
30代	(n=536)		
40代	(n=485)		
50代以上	(n=226)		
女性 20代以下	(n=822)		
30代	(n=1460)		
40代	(n=564)		
50代以上	(n=147)		

## ．動画撮影機能付き携帯電話機編

### 2．所有機器のメーカー名

**「シャープ」「東芝」の動画撮影機能付き携帯電話機を持っていると回答した人はそれぞれ全体の約2割。**

- ・動画撮影機能付き携帯電話機の所有者に対して、所有しているメーカーをみると、「シャープ」、「東芝」が上位になっている。次いで、「NEC」が続いている。

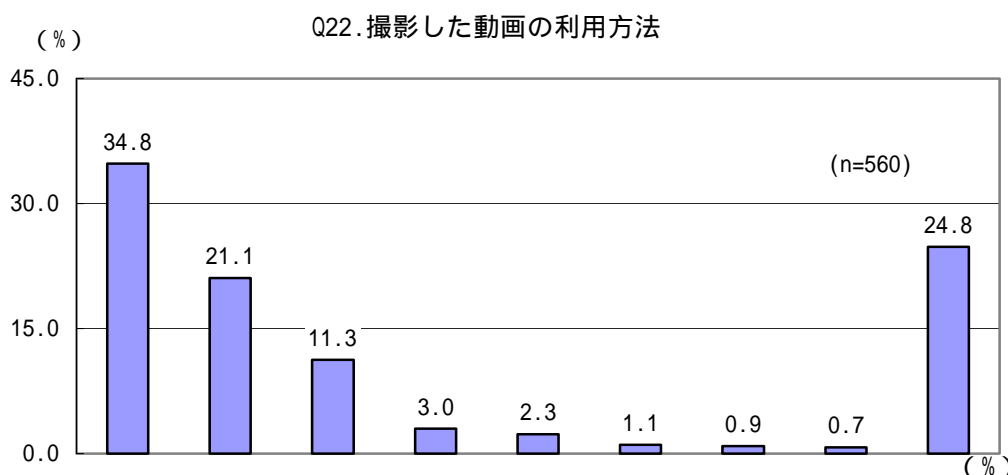


## ・ 動画撮影機能付き携帯電話機編

### 3 . 撮影した動画の利用方法

**撮影した動画を「カメラ自体で再生」する人は34.8%。次いで「他の携帯電話、パソコンへ送信」が21.1%。**

- ・ 動画撮影機能付き携帯電話機で撮影した動画の利用方法は「カメラ自体で再生」する人が34.8%となっている。次いで「他の携帯電話、パソコンへ送信」が21.1%となっている。
- ・ 性別年代別にみると「着信画面や待ち受け画面にする」と回答した「女性」の割合は「男性」に比べて高くなっている。
- ・ 一方、動画撮影機能は付きながら「ほとんど動画撮影機能を使わない」は24.8%と、全体の約4分の1は動画撮影機能を利用していない。



	カメラ自体で再生	他の携帯電話、パソコンへ送信	着信画面や待ち受け画面にする	メールで動画のやりとり	パソコンでCD-R/RWに保存	パソコンで電子アルバム制作	パソコンでインターネット公開	その他	ほとんど動画撮影機能を使わない
全体 (n=560)	34.8	21.1	11.3	3.0	2.3	1.1	0.9	0.7	24.8
男性 (n=179)									
女性 (n=381)									
男性 20代以下 (n=50)									
30代 (n=73)									
40代 (n=46)									
50代以上 (n=10)									
女性 20代以下 (n=158)									
30代 (n=163)									
40代 (n=48)									
50代以上 (n=12)									

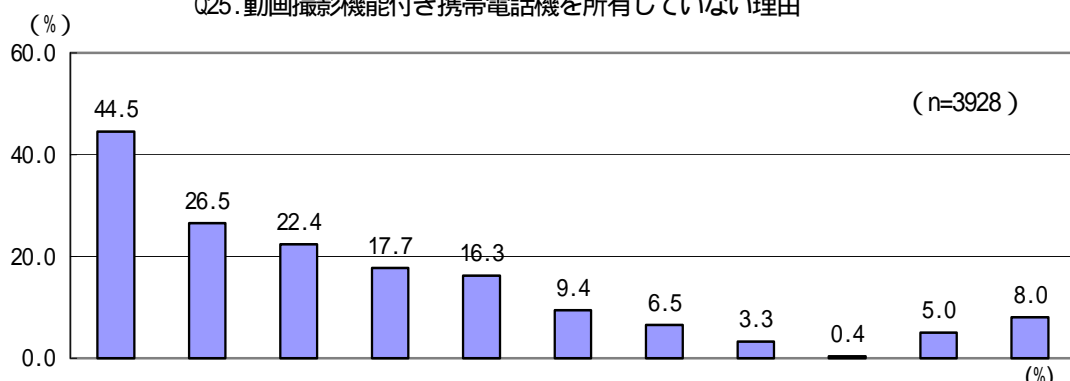
## ．動画撮影機能付き携帯電話機編

### 4．動画撮影機能付き携帯電話機を所有していない理由

**動画撮影機能付き携帯電話機を持たない理由は「普通の携帯電話で十分」が44.5%でトップ。次いで「価格が高いので」が26.5%、「カメラ付き携帯電話で十分」が22.4%となっている。**

- ・動画撮影機能付き携帯電話機の非所有者に対して、持たない理由を尋ねたところ「普通の携帯電話で十分」が44.5%でトップ。次いで「価格が高いので」が26.5%、「カメラ付き携帯電話で十分」が22.4%となっている。
- ・2位に「価格が高いので」（26.5%）、4位に「安くなってから購入予定なので」（17.7%）と“値段”に関わる項目が上位にあがっている。
- ・性別年代別にみると、女性50代以上では「使いこなせそうにないので」が他の層と比べて高くなっている。

Q25.動画撮影機能付き携帯電話機を所有していない理由



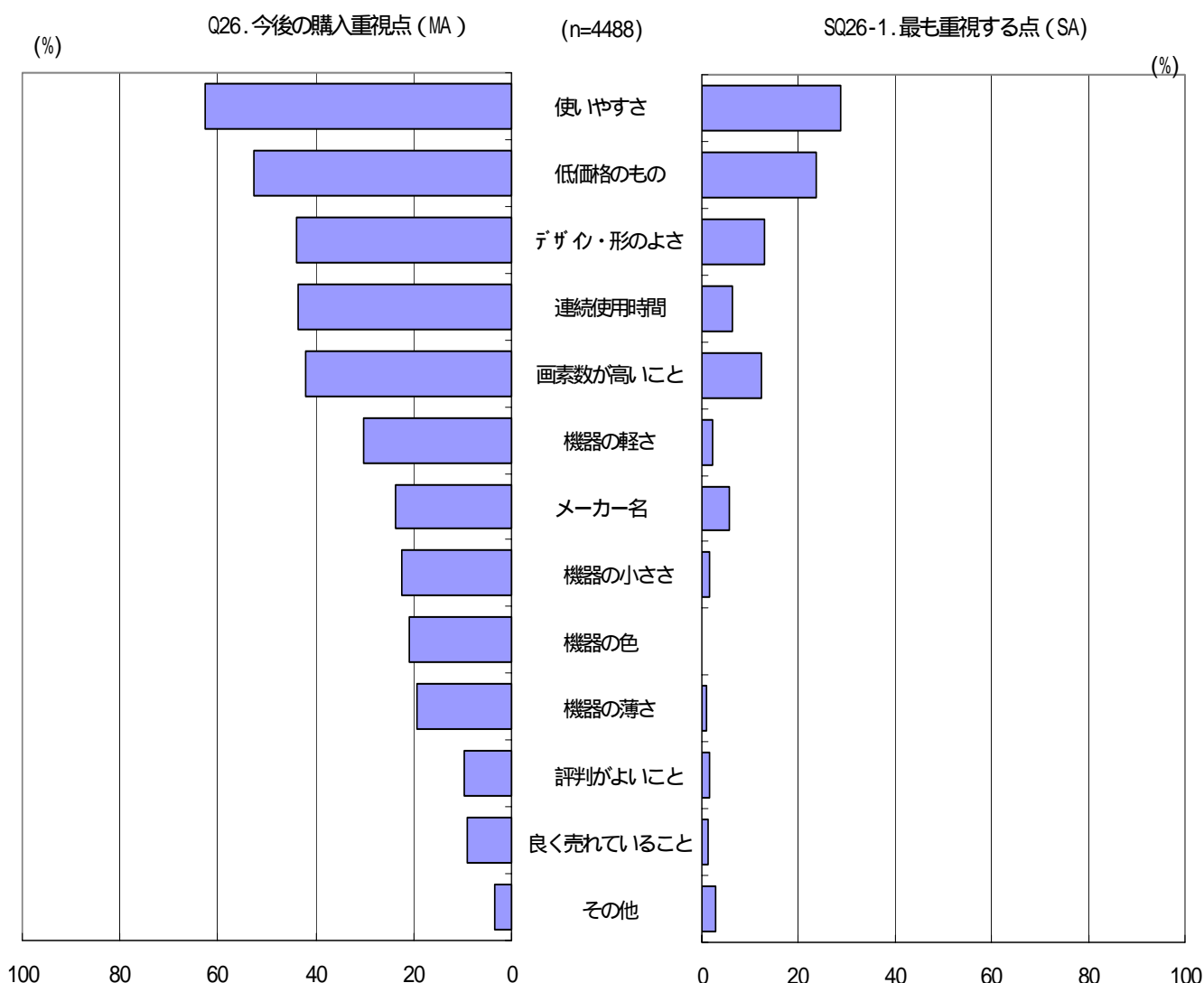
	普通の携帯電話で十分	価格が高いので	カメラ付き携帯電話で十分	安くなってから購入予定なので	動画を撮影しないので	画質がよくなってから購入	使いこなせそうにないので	操作が難しそうなので	パソコンを持っていないので	この中にはない	その他
全体 (n=3928)	44.5	26.5	22.4	17.7	16.3	9.4	6.5	3.3	0.4	5.0	8.0
男性 (n=1315)											
女性 (n=2612)											
男性 20代以下 (n=197)											
30代 (n=463)											
40代 (n=439)											
50代以上 (n=216)											
女性 20代以下 (n=664)											
30代 (n=1297)											
40代 (n=516)											
50代以上 (n=135)											

## ．動画撮影機能付き携帯電話機編

### 5．今後の購入重視点 / 最も重視する点

#### **動画撮影機能付き携帯電話機の購入重視点と、最重視点の上位3位はともに「使いやすさ」、「低価格のもの」、「デザイン・形のよさ」。**

・動画撮影機能付き携帯電話機を購入する際の重視点を複数回答でみると「使いやすさ」がトップ。次いで「低価格のもの」、「デザイン・形のよさ」、「連続使用時間」となっている。最も重視する点を単一回答でみても上位3位の順位はかわらず「使いやすさ」、「低価格のもの」、「デザイン・形のよさ」となっている。また、「画素数が高いこと」が次に多くなっている。



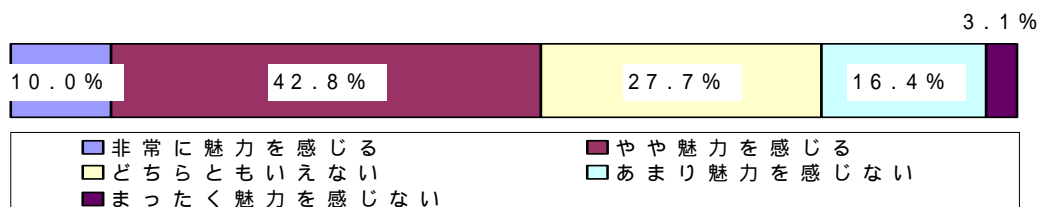
# 小型ムービーカメラ（動画撮影機能つきトイカメラ）編

## 1. 魅力度

### 小型ムービーカメラに半数以上は魅力を感じている。

- ・小型ムービーカメラ（動画撮影機能付きトイカメラ）の説明文を読んで「魅力がある（非常に魅力を感じる+やや魅力を感じる）」と回答した人は、52.8%で半数を超えている。

Q38. 魅力度（小型ムービーカメラ）（n=4438）



									(%)
		魅力がある計	魅力がない計	非常に魅力を感じる	やや魅力を感じる	どちらともいえない	あまり魅力を感じない	まったく魅力を感じない	平均
全体	(n=4438)	52.8	19.5	10.0	42.8	27.7	16.4	3.1	0.40
男性	(n=1469)								
女性	(n=2968)								
男性	20代以下 (n=244)								
	30代 (n=528)								
	40代 (n=476)								
	50代以上 (n=221)								
女性	20代以下 (n=814)								
	30代 (n=1447)								
	40代 (n=560)								
	50代以上 (n=147)								

「非常に魅力を感じる」「やや魅力を感じる」と回答した人を「魅力がある計」、「あまり魅力を感じない」「まったく魅力を感じない」と回答した人を「魅力がない計」として割合を算出した。

「加重平均」は「非常に魅力を感じる」を2点、「やや魅力を感じる」を1点、「どちらともいえない」を0点、「あまり魅力を感じない」を-1点、「まったく魅力を感じない」を-2点として算出した。

# 小型ムービーカメラ（動画撮影機能つきトイカメラ）編

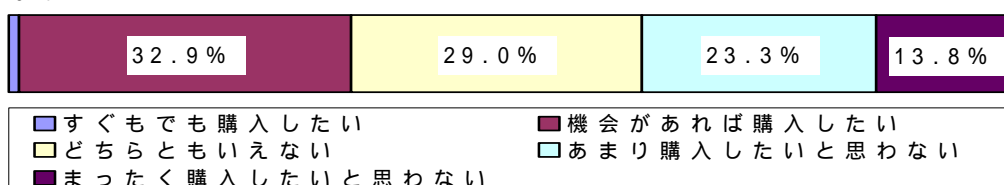
## 2. 購入意向

### 小型ムービーカメラの購入意向は約3割。

・小型ムービーカメラ（動画撮影機能付きトイカメラ）について「購入意向あり（すぐにも購入したい+機会があれば購入したい）」と回答した人は33.9%となっている。

Q39. 購入意向（小型ムービーカメラ）（n=4438）

1.0%



(%)

	購入意向あり計	購入意向なし計	すぐにも購入したい	機会があれば購入したい	どちらともいえない	あまり購入したいと思わない	まったく購入したいと思わない	平均
全体 (n=4438)	33.9	37.1	1.0	32.9	29.0	23.3	13.8	-0.16
男性 (n=1469)								
女性 (n=2968)								
男性 20代以下 (n=244)								
30代 (n=528)								
40代 (n=476)								
50代以上 (n=221)								
女性 20代以下 (n=814)								
30代 (n=1447)								
40代 (n=560)								
50代以上 (n=147)								

「すぐにも購入したい」「機会があれば購入したい」と回答した人を「購入意向あり計」、「あまり購入したいと思わない」「まったく購入したいと思わない」と回答した人を「購入意向なし計」として割合を算出した。

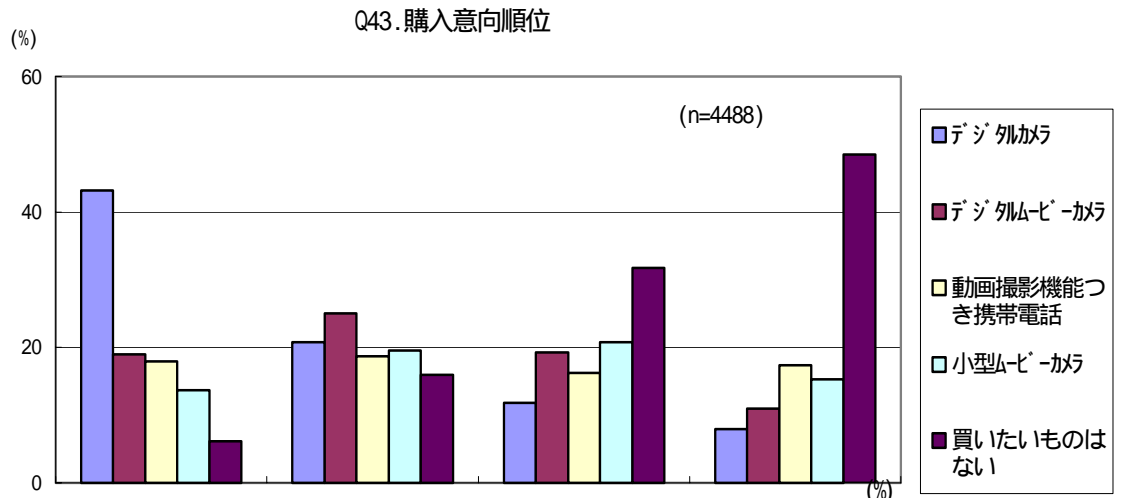
「加重平均」は「すぐにも購入したい」を2点、「機会があれば購入したい」を1点、「どちらともいえない」を0点、「あまり購入したいと思わない」を-1点、「まったく購入したいと思わない」を-2点として算出した。

# 映像機器の比較

## 1. 今後の購入意向順位

**今後の購入意向順位は「デジタルカメラ」がトップ。**

- ・ 4種類のデジタル映像機器について今後の購入意向順位を尋ねたところ、1位は「デジタルカメラ」で全体の4割強。続いて「デジタルビデオカメラ」、「動画撮影機能付き携帯電話」となっている。



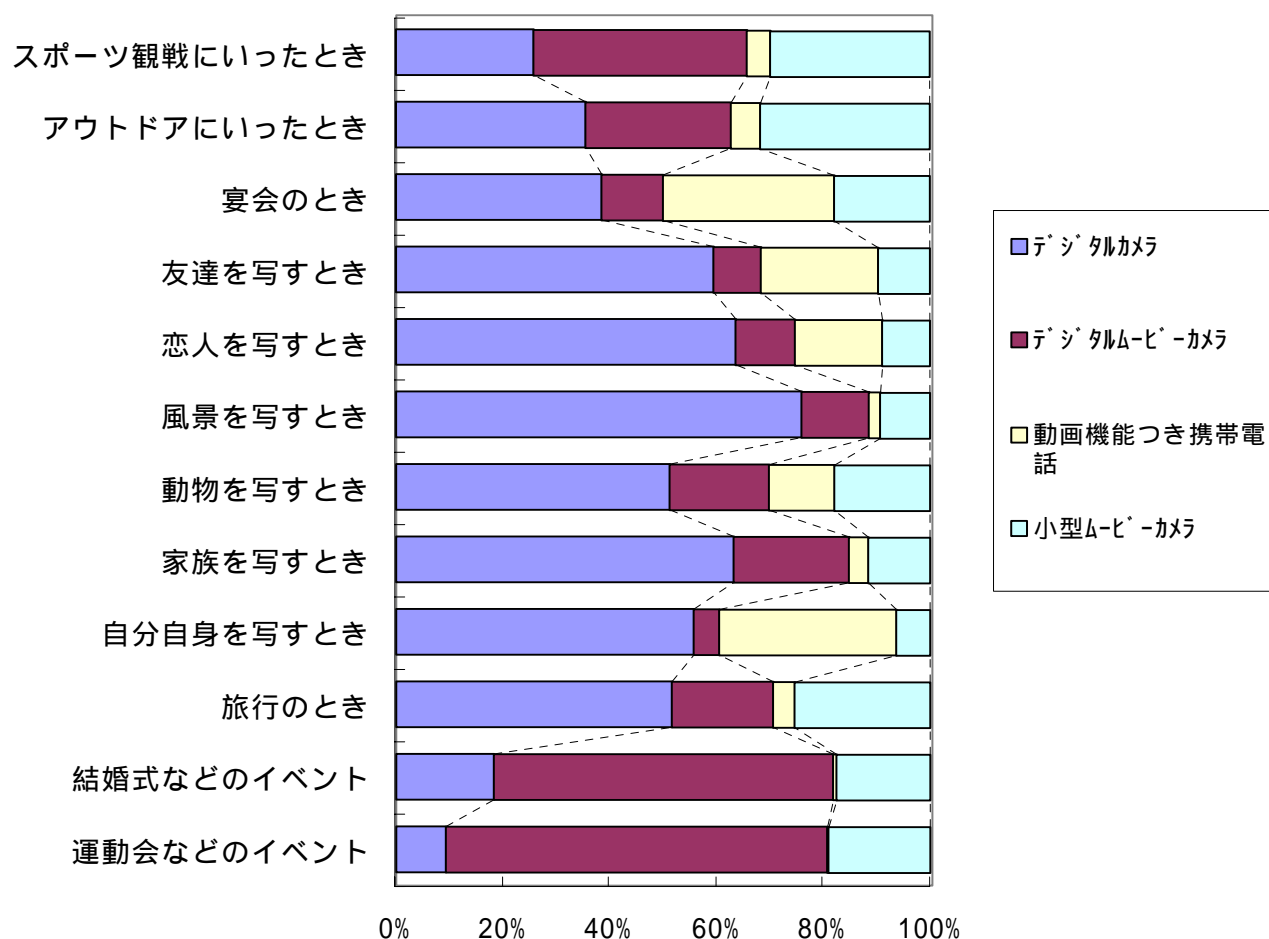
	1位	2位	3位	4位
デジタルカメラ				
デジタルビデオカメラ				
動画撮影機能付き携帯電話				
小型ビデオカメラ				
買いたいものはない				

## 映像機器の比較

### 2. シーン別利用意向

**撮影シーン別にデジタル機器の利用意向をみると、ほとんどの場面で「デジタルカメラ」が適しているとの評価。**

- ・撮影シーン別にデジタル映像機器の利用意向をみると、「運動会」「結婚式」「スポーツ観戦」を除く、ほとんどの場面でデジタルカメラが適していると評価した人が多かった。
- ・デジタルムービーカメラは、全体の約6割以上の人々が「運動会」と「結婚式」で利用したいと回答している。
- ・動画撮影機能つき携帯電話では「自分自身を写すとき」「宴会のとき」、小型ムービーカメラは「アウトドアに行ったとき」に約3割以上の人々が利用したいと回答している。



## < 調査項目一覧 >

### I. デジタルカメラ編

- ・所有の有無 ・動画撮影機能の有無 ・所有機器のメーカー名 ・利用頻度
- ・撮影した写真や動画の利用方法 ・買い替え・買い増し経験 ・買い替え・買い増し回数
- ・買い替え・買い増し前の利用期間 ・デジタルカメラを所有していない理由 ・今後の購入重視点
- ・最も重視する点

オリンパス/カシオ/キヤノン/京セラ/コダック/コニカ/サンヨー(三洋電機)/ソニー/東芝・  
/ニコン/パナソニック(松下電器産業)/富士フィルム/ペンタックス/ミノルタ/リコー

### II. デジタルビデオカメラ編

- ・所有の有無 ・所有機器のメーカー名 ・利用頻度 ・買い替え・買い増し経験
- ・買い替え・買い増し回数 ・買い替え・買い増し前の利用期間
- ・デジタルビデオカメラを所有していない理由 ・今後の購入重視点 ・最も重視する点

キヤノン/シャープ/ソニー/パナソニック(松下電器産業)/ビクター/日立製作所

### III. 動画撮影機能付き携帯電話機編

- ・所有の有無 ・所有機器のメーカー名 ・携帯電話会社 ・利用頻度 ・撮影した写真や動画の利用方法
- ・買い替え・買い増し経験 ・買い替え・買い増し回数 ・買い替え・買い増し前の利用期間
- ・動画撮影機能付き携帯電話機を所有していない理由 ・今後の購入重視点 ・最も重視する点

NEC(日本電気)/カシオ/サンヨー(三洋電機)/シャープ/ソニー/東芝/パナソニック(松下電器産業)/日立製作所/富士通/三菱電機

### IV. 小型ムービーカメラ(動画撮影機能つきトイカメラ)編

- ・所有の有無 ・所有機器のメーカー名 ・利用頻度 ・撮影した写真や動画の利用方法
- ・購入の際に参考にした情報源 ・購入重視点 ・購入理由 ・満足度 ・不満の内容 ・認知度
- ・説明文の理解度 ・魅力度 ・購入意向 ・希望する利用の方法 ・今後の購入重視点
- ・最も重視する点 ・PSM分析

アイ・オー・データ機器/エヌエイチジェイ/日立リビングサプライ/パナソニック(松下電器産業)

### V. 映像機器の比較

- ・今後の購入意向順位 ・シーン別利用意向

スポーツ観戦にいったとき/アウトドアにいったとき/宴会のとき/友達を写すとき/恋人を写すとき/風景を写すとき/動物を写すとき/家族を写すとき/自分自身を写すとき/旅行のとき/結婚式などのイベント/運動会などのイベント

### プロフィール項目

- ・性別 ・年代 ・未既婚 ・職業 ・居住地(都道府県)

**【本件についてのお問い合わせ先】**

株式会社 日本能率協会総合研究所  
マーケティング・データ・バンク  
市場調査室  
(担当) 大木・堀口  
TEL : 03-3434-9125  
MAIL : mdb-net@jmar.co.jp

なお、本調査の調査報告書・集計表(GT・クロス)・自由回答データを販売しております。  
お気軽にお問い合わせください。

【定価】80,000円(消費税別)  
【MDB会員価格】50,000円(消費税別)

\*MDB会員の方は、本調査の詳細データ(性別、年代別、性・年代別など)をご覧になれるほか、コピーサービスを受けることができます。担当スタッフまでお問い合わせください。