

価格.com

2010年7月1日
株式会社カクコム**第42回価格.comリサーチ『3Dテレビについてのアンケート』結果****家電業界期待の『3Dテレビ』への消費者の反応は！？****「購入予定なし」が約7割、****購入しない理由トップは「メガネ装着のわずらわしさ」次いで「価格の高さ」****～消費者の購入意欲を高めるには3D対応コンテンツの整備が急務～**

株式会社カクコムが運営する購買支援サイト「価格.com (<http://kakaku.com/>)」が実施したユーザーへの意識調査「価格.comリサーチ」より、第42回調査『3Dテレビについてのアンケート—あなたは買う？買わない？—』から、結果を一部抜粋の上、ご案内します。

「3D元年」と呼ばれる今年、3D映画が話題をさらい、各電機メーカーも相次いで製品を発売するなど、3D対応テレビに大きな注目が集まる中、購入意向や鑑賞したいコンテンツなどについて、価格.comユーザーへアンケート調査をおこないました。

調査結果詳細：<http://kakaku.com/research/report/042/>

【調査パネル】

調査エリア：全国 調査対象：価格.comID登録ユーザー

調査方法：価格.comサイトでのWebアンケート調査 回答者数：8,957人

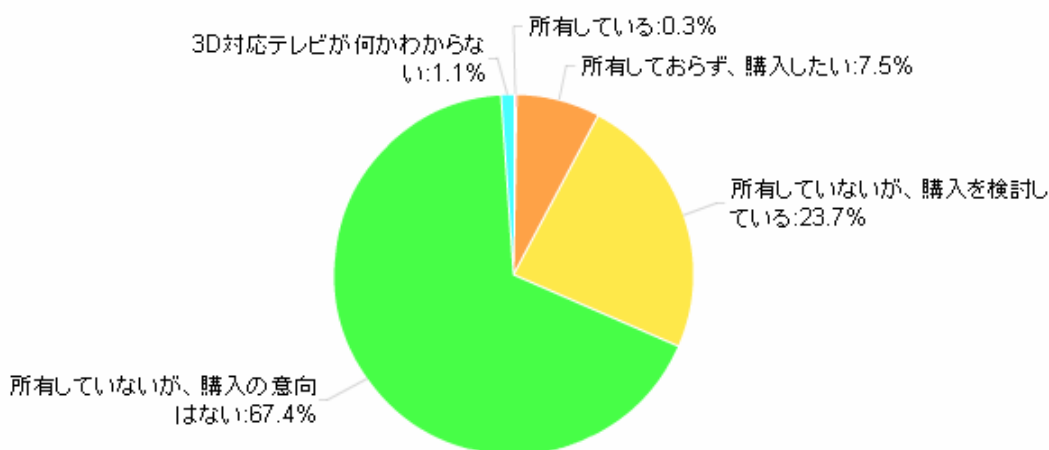
男女比率：男87.0%：女13.0% 調査期間：2010年6月10日～2010年6月16日

調査実施機関：株式会社カクコム

※四捨五入による端数処理のため、合計が100%にならないことがあります。

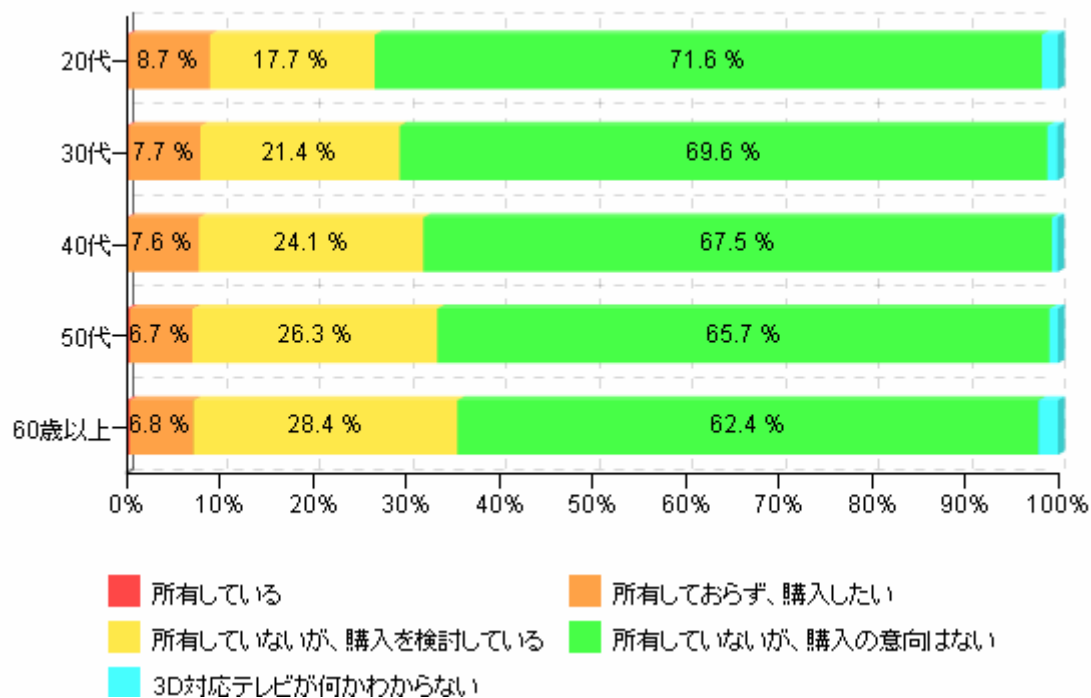
3D対応テレビの購入意向：7割は「購入予定なし」、3D機能へのニーズはまだ低い結果に

【図1. 3D対応テレビの購入意向】



この調査時点で、3D対応テレビを発売していたのは、ほぼパナソニック1社のみであったため、所有割合はさすがに少なく、わずか0.3%となった。ただ、「所有しておらず、購入したい」という積極的購入層（7.5%）と「所有していないが、購入を検討している」という消極的購入層（23.7%）を合わせて全体の3割程度の人が、3D対応テレビの購入を考えているという結果になった。逆に7割近くの方は「購入の意向はない」としており、3D機能が多くの方にとって必ずしも必要とはされていない現状も明らかとなった。

【図2. 3D対応テレビの購入意向（年代別集計）】



年代別の集計では、年代が上がるほど、3D対応テレビの購入意向も上昇した。20代の購入検討者は26.4%に対し、60代以上では35.2%となり、その差は実に8.8ポイントもある。一般的に、3D映像のような新技術に対しては、若い層のほうが積極的に反応しそうだが、実際にはまったく逆の傾向となっているのが興味深い。この理由としては、今のところ、3D機能が各社のハイエンドモデルのみに搭載されており、製品の価格自体が高いことがあげられるだろう。

3D映画の鑑賞経験：購入検討者の約半数は経験あり、購買意欲にある程度影響与える

【図3. 3D映画鑑賞経験（3Dテレビの購入意向別）】

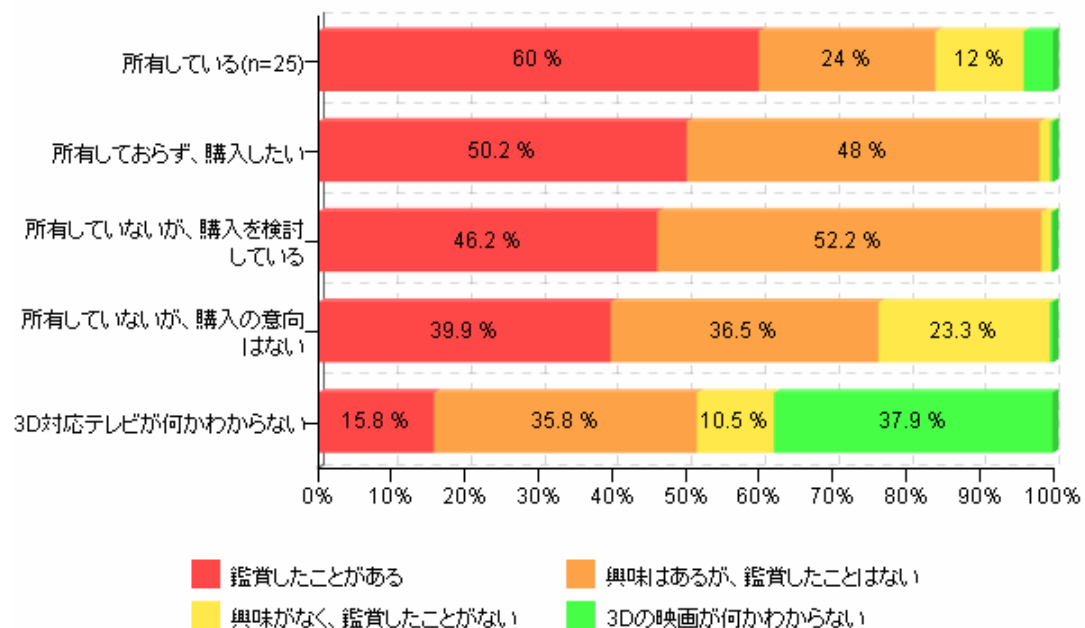


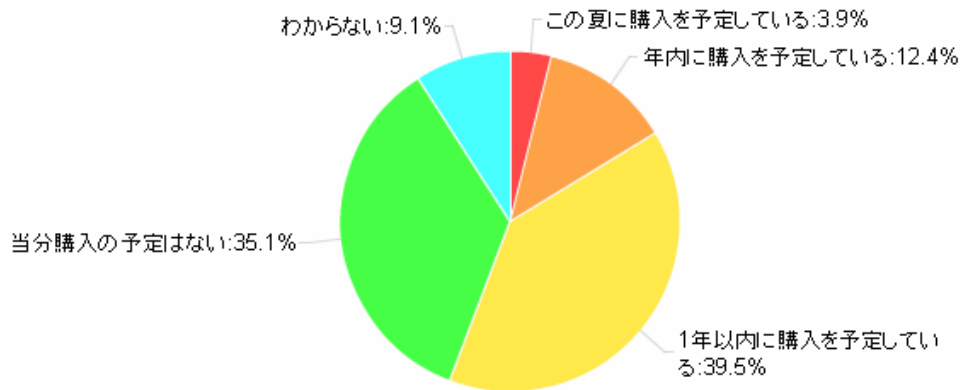
図3においては、3D対応テレビの購入希望と、3D映画の鑑賞経験の関係性を現した。

これを見ると、3D対応テレビの購入検討者のおよそ半数ほどが3D映画を鑑賞している。逆に、3D対応テレビの購入意志がない人の中には3D映画を鑑賞したことのない人が多く、そもそも3D映像に興味がないという人の割合も比較的高い。

このことから、3D映画を見てその効果を実感した経験が、3D対応テレビの購入検討にある程度影響していることはまず間違いない。また、3D映像に対しては、人によって最初から好き嫌いが割とはっきり分かれる傾向にもあるようだ。

今後のテレビ購入予定：「1年以内に購入を予定」55.8%

【図4. 今後のテレビ購入予定（3D対応テレビに限定せず、全てのテレビを対象）】



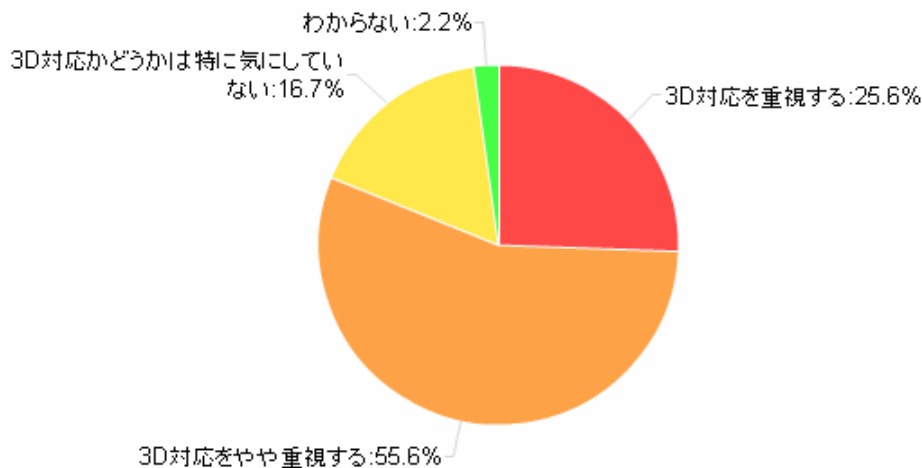
3D対応に限定せず、今後、新規にテレビ購入の予定があるかどうかを聞いた。

これによれば、テレビ購入の予定が1年以内にある人は55.8%と全体の半数以上にのぼり、割合はかなり高いと見ていいだろう。一方、現状のエコポイント制度が終了する2010年12月までに購入予定の人はわずか16.3%（「この夏に購入予定」「年内に購入予定」と答えた人を合算）で、それほど多くはない。

テレビ購入時の3D機能の重要度：

「3D対応を重視する」25.6%、半数以上は、必須機能ではないと認識

【図5. テレビ購入における3D対応の重要度】



3Dテレビ所有者と、この1年以内にテレビ購入を検討していると答えた回答者に、3D機能の有無をどれくらい重要視するかを聞いた。これによれば、「3D対応を重視する」と答えた人は25.6%で、3D機能を必須と考えている人はそれほど多くない。いっぽう「3D対応をやや重視する」と答えた人がもっとも多く、全体の半数以上にのぼる55.6%となった。逆に、「3D対応かどうかは特に気にしていない」という人は16.7%となった。

この数値をどうとらえるかは難しいが、現状では、これからテレビを買おうと思っている層に対して、3D機能が必須だとはとらえられていないと見てよいだろう。

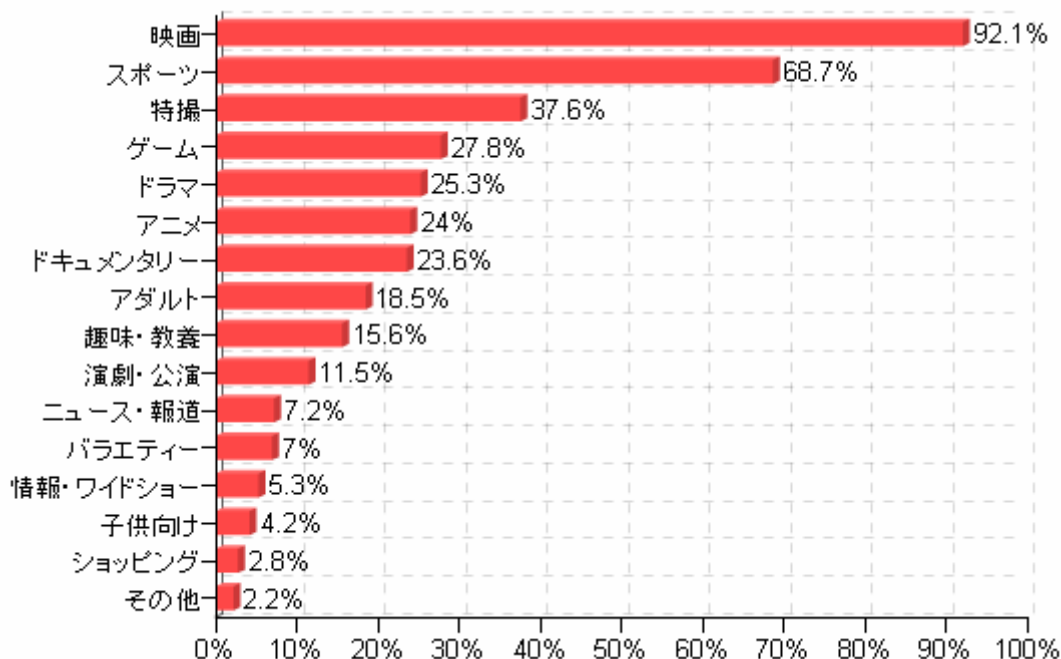
3D対応を重視する層は全体の1/4程度しかおらず、半数以上の人は「あればいいけど、なくてもいい」というくらいの感覚で見ている。

3D対応テレビの価格がまだまだ高いということや、3D対応のコンテンツがほとんどない現在の状況では、一般のテレビとのコスト差に見合うだけの満足感が得られないのではないかと、消費者の3D対応テレビに対する受けとめ方だろう。

3D対応テレビで鑑賞したいコンテンツ：

1位「映画」92.1%、2位「スポーツ」68.7% サッカーワールドカップの影響も大

【図6. 3D対応テレビで鑑賞してみたいコンテンツ】



3D対応テレビで鑑賞してみたいコンテンツのジャンルについて、もっとも多かったのはやはり「映画」で、92.1%と断トツの結果。これは、言うまでもなく、大ヒットした3D映画「アバター」などをイメージする人が多いためだろう。

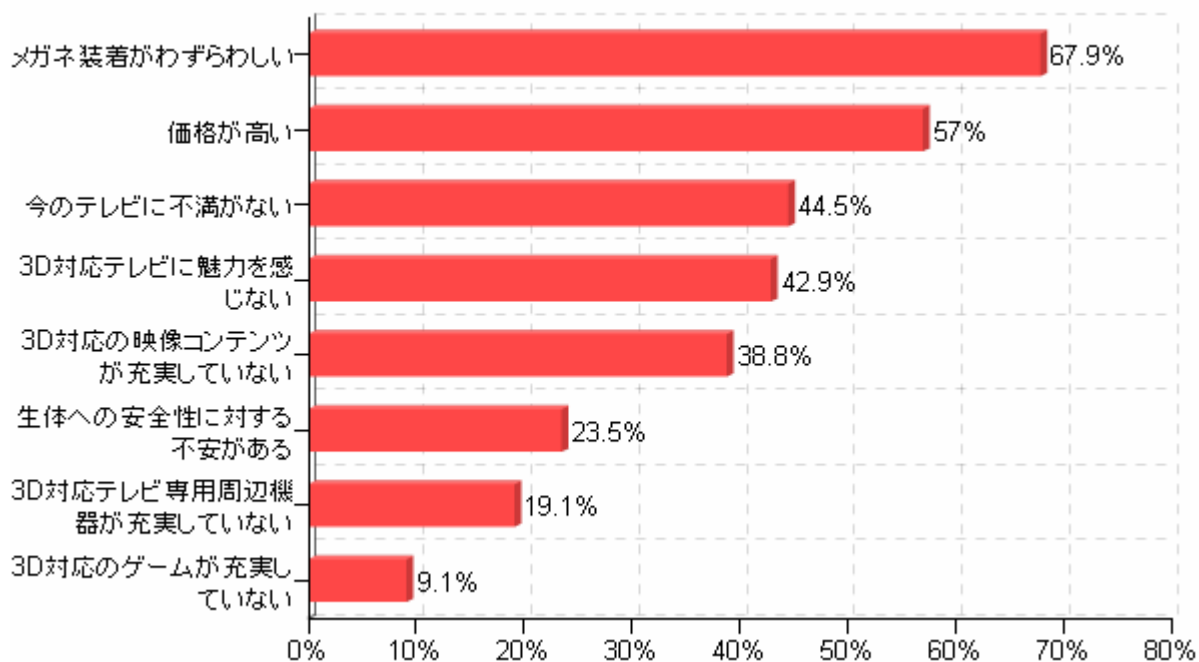
2番目が「スポーツ」で、こちらも68.7%という高い値となった。こちらは、ゴルフ中継での奥行き感をアピールする3D対応テレビのCMや、この調査直後から始まったサッカーの世界カップ大会（一部3D対応中継）などの影響が強く出たものと思われる。

以下、「特撮」（37.6%）、「ゲーム」（27.8%）、「ドラマ」（25.3%）、「アニメ」（24.0%）、「ドキュメンタリー」（23.6%）と続く。映像の3D化という意味では、CGで描かれるゲームやアニメはかなり3D化しやすいジャンルであるが、現状で対応するコンテンツがないため、3Dコンテンツとしての認知・期待度はあまり高くないようだ。

3D 対応テレビを購入しない理由：1 位「メガネ装着がわずらわしい」(67.9%) 2 位「価格が高い」(57.0%) コンテンツの少なさにも不満、付加価値感じられず？

「3D 対応テレビの購入意向がない」と回答した人に、購入しない理由を聞いた。もっとも多かった理由は「メガネ装着がわずらわしい」で、67.9%の人が回答している。これは 3D 映像鑑賞の最大のネックとも言えるもので、そこそこ重量のあるメガネをかけて長時間の映画を見ることは、視聴者にある程度の負担を強いる。劇場で 3D 映画を鑑賞した人の多くがこのような感想を持っており、3D 対応テレビでも同じような感覚なのだろうと感じている人が多いようだ。また、「価格が高い」という回答も 57.0%と多く、一般のテレビに比べて高い 3D 対応テレビの価格に対し、価格差に見合う魅力を感じないという人も多いことがわかる。また、その後続く「今のテレビに不満がない」「3D テレビに魅力を感じない」「3D 対応の映像コンテンツが充実していない」といった意見は、3D 映像に対してあまり付加的な価値を感じられないという点では、ほぼ同様の意見と見ることもできる。3D に対応したブルーレイや放送などの映像コンテンツがあまりない状態では、わざわざ高いお金を出して 3D 対応テレビを買うというところまでいかない、というのが、購入しない人の多くに共通する意見と見てよさそうだ。

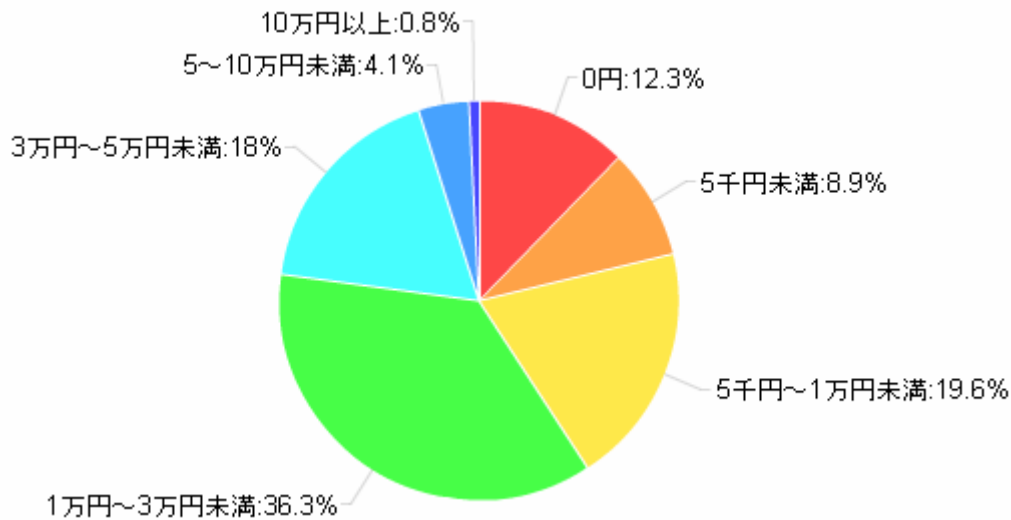
【図 7. 3D 対応テレビを購入しない理由】



3D 非対応テレビとの価格差がどれくらいなら 3D テレビを買うか： 1 位「1 万～3 万円未満」(36.3%)、次いで「5 千～1 万円未満」(19.6%)

最後に、3D 対応テレビと非対応テレビを比べた際、価格差がいくら以内なら 3D 対応テレビを買うかという、予算面での許容額を聞いた。これによれば、もっとも多かった回答は「1 万～3 万円未満」で全体の 36.3%。次いで「5 千～1 万円未満」で 19.6%。「3 万～5 万円未満」が 18.0%などとなっており、大まかに言って、「5 万円以内（できれば 3 万円以内）であれば、3D 対応製品のほうを選ぶ」ということになりそうだ。

【図 8. 3D 対応テレビと 3D 非対応テレビの許容価格差】



■総評（抜粋） 鎌田剛 カカコム メディアクリエイティブ部 部長

テレビを製造するメーカーにとって、「3D」にかける期待は非常に大きいですが、一般消費者の 3D に対する興味・関心の度合いを見ると、メーカー側の意気込みとはかなり乖離があるようだ。この調査を行った段階では、国内で市販されている 3D 対応テレビは、ほぼ 1 社からのみという状況であったため、所有者の割合は当然ながら低かったが、今後の購入予定に関しても、7 割近くの人が「購入の意向はない」と回答しており、3D 対応テレビが消費者の購入意欲を高めているとは考えにくい状況だ。

大きな理由として挙げられたのは、「メガネ装着のわずらわしさ」、「一般のテレビとの価格差がありすぎる」、最後に「3D コンテンツそのものに興味がわからない」の 3 点にほぼ絞られる。このうち、「メガネ装着」については、方式上致し方ない部分もあるが、主にコンテンツ整備が間に合っていないことが大きな原因となっているだろう。

ハードウェア、ソフトウェアの両面で、まだまだ課題の多い 3D 対応テレビだが、現状ある問題が解決されてくれば、この年末以降、徐々に浸透していくことも考えられる。映画コンテンツやスポーツコンテンツを中心に 3D に対する要望は強く、3D 対応ブルーレイレコーダーをテレビと合わせて購入するという人も多い。また、アナログ地上波放送が終了となるあと 1 年のうちに、テレビを新たに購入する予定のある人も半数以上いることから、消費マインドは決して低くはない。

この年末で終了するエコポイント制度に間に合う形でコンテンツ面が整備されてくれば、ある程度の価格差があっても、3D 対応テレビをチョイスするという人も増えてくることが予想される。

すべては「コンテンツ待ち」という状況だ。

※詳細結果、総評全文および過去のリサーチアーカイブは以下 URL をご参照ください

<http://kakaku.com/research/>

【価格.com データ】(2010 年 5 月末現在)

月間利用者数 2,429 万人、月間ページビュー 7 億 7,170 万 PV、累計クチコミ件数約 1,100 万件
複数ショッピングモールの商材を横断検索できるサービスを含めた掲載商品数は約 7,300 万点