

消費行動と演劇鑑賞行動の関連性

尾形 実優（文教大学情報学部メディア表現学科）

1. 序論

近年、モノやサービスを購入する「モノ消費」より、購入したモノやサービスを使ってどのような経験・体験をするかという「コト消費」、さらには「トキ消費」に消費者の関心が置かれている。そこで本研究では、大学生の消費行動の傾向を明らかにしたうえで、「コト消費」・「トキ消費」の傾向が強い「演劇鑑賞」という行為にスポットを当て、消費活動と演劇鑑賞に対する態度とその関連性を考察する。

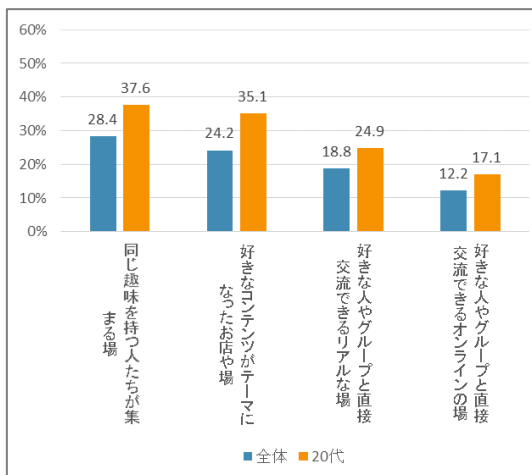
そもそも「モノ消費」とは「消費者がお金を使う際に、所有に重きを置いて物品を買うこと」を指す言葉であり、「コト消費」とは「所有では得られない体験や思い出、人間関係に価値を見出して、芸術の鑑賞や旅行、習い事といったレジャーやサービスにお金を使うこと」を指す言葉である（南文枝、2017年）。「モノ」から「コト」への変遷は、1990年代後半から本格化したと言われている（宣伝会議 AdverTimes、2018年）。その背景には、生活が豊かになるに連れてモノが行き渡り、希少性などの所有欲を刺激するアプローチでは生活者の消費が喚起されにくくなったという点が挙げられる（朝日新聞社メディアビジネス局 広告朝日、2018年）。また、情報化が進展したという点も「コト消費」へ変遷した一因であると考えられている。情報化の進展によりコンテンツはデジタル化し、複製されることによって誰もが簡単に手に入れることが出来るようになった。そのため、モノを所有することの意義が低下し、デジタル化されていない情報やコンテンツの価値が相対的に高まったと考えられているのである（総務省、2016年）。

2010年代に入ってから、スマートデバイスが普及したことによって人々の「体験」に関する情報が SNS などに氾濫し、複製された情報によって誰もが疑似体験をすることが可能になった。その結果、様々な「コト」に既視感が強まり、消費者の欲求は刺激されにくくなっていった。あらゆる「モノ」と「コト」が氾濫する時代のなかで、博報堂生活総合研究所は新たな消費スタイルとして「トキ消費」を提唱した（博報堂生活総合研究所 酒井崇匡 中島健登、2017）。「トキ消費」とは、同じ志向を持つ人々と一緒に、その時、その場でしか味わえない盛り上がりを楽しむ消費のことである。この消費の特徴は大きく3つあるとされている。1つ目は、時間や場所が限定されていて同じ体験が2度と出来ないという「非再現性・限定性」。2つ目は、コンテンツそのものというよりも、参加することが目的になる「参加性」。3つ目は、参加した成果が目に見えて分かり、貢献していることが実感できる「貢献性」だ。「トキ消費」の代表的な事例は、渋谷スクランブル交差点でのハロウィン、クラウドファンディングのムーブメント、アイドルや商品などの総選挙イベントなどが挙げられる。

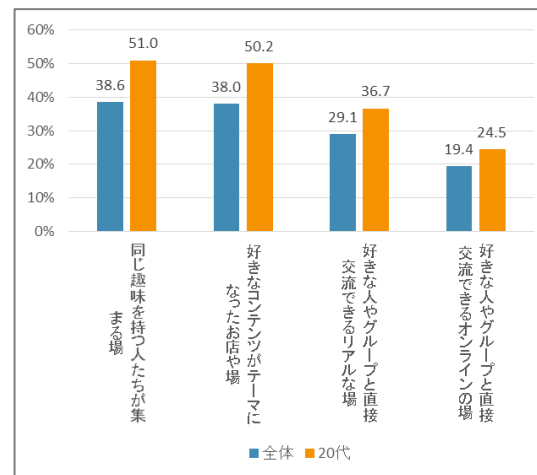
博報堂生活総合研究所が2018年1月に行った調査によると、「コト消費」や「トキ消費」の傾向は、若者の消費行動において他の年齢層より顕著に現れ始めているという。例えば、「同じ

趣味嗜好を持つ人達が集まるイベント（ハロウィン、フェス等）への参加経験は 20～60 代全体が 28.4%であるのに対して、20 代では 37.6%となっている（図表 1）。さらに、今後の参加意向も 20 代では 50%を超えている（図表 2）。「好きなコンテンツがテーマになったお店や場（コラボカフェ、聖地巡礼等）」、「好きな人やグループと直接交流できるリアルな場（ファンミーティング等）」、「好きな人やグループと直接交流できるオンラインの場（オンラインサロン、動画配信等）」などへの参加経験・参加意向も同様に、20 代の割合は全体よりも高い傾向にある。また、消費者庁「消費者意識基本調査」（2016 年度）によると、「スポーツ観戦・映画・コンサート鑑賞」といった「コト消費」関連にお金をかけていると回答した人の割合は、24 歳までの若年層が他の年齢層と比べて高い傾向にある（図表 3）。さらに、「交際（飲食）」にお金をかけていると回答した人の割合は、全体が 29.0%であるのに対して 20 代は 45.2%で、大きく上回る結果であった。今後お金を掛けたい物事についての回答の割合でも、人とのつながりや体験・経験を軸においた「コト消費」や「トキ消費」を重視していることが明らかとなっている。

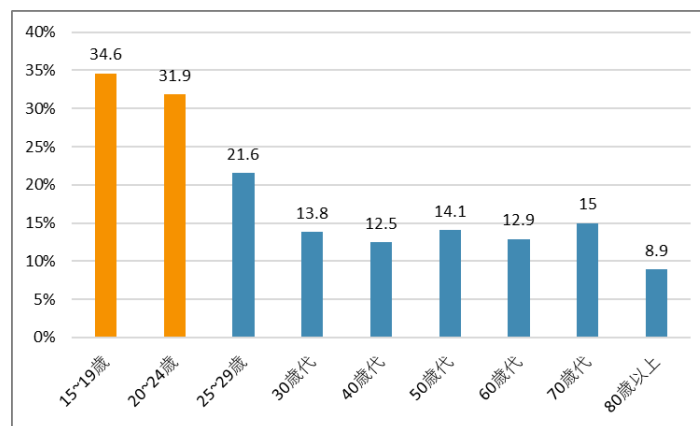
図表 1 トキ消費関連行動への参加経験



図表 2 トキ消費関連行動への参加意向



図表 3 スポーツ観戦・映画・コンサート鑑賞



以上の事柄をまとめると、非再現や限定性、参加性や貢献性などの特性を持った「体験・経験」に魅力を感じ消費活動を行う傾向は、主にデジタル化による複製コンテンツの氾濫によって引き起こされている。そしてこの傾向は、20代というデジタルネイティブ世代において顕著に現れている。

ところで、Walter Benjamin は『複製技術時代の芸術』（Walter Benjamin、1936年）で、複製技術は芸術作品に対して「アウラ」の喪失という作用を及ぼし、芸術形式とその受容体度を変化させたと述べている。高橋聡太氏は「アウラ」について、「（機械的複製によって芸術のコピーを大量生産することが可能になった時代において）オリジナルの作品から失われる『いま』『ここ』にのみ存在することを根拠とする権威のこと」と説明している。芸術作品が複製技術によって「アウラ」を喪失し形式と受容体度を変えたように、生活者の欲求対象も、デジタル化による複製コンテンツの氾濫で喪失した「アウラ」を求め変化したと言えるのではないだろうか。

今回「演劇鑑賞」という行動にスポット当てたのは、まさに演劇がアウラの特徴を持った芸術だからである。演劇とは、たとえ同じ演目であろうと、同じ役者が演じようと、何度も何度も同じ公演を行なおうと、それぞれの舞台はその日その時その場所だけのものだ。筆者は演劇の「アウラ」に魅了されたうちの一人であるが、複製されたコンテンツが氾濫する世界で生きる若者にとってまた、「アウラ」を備えた演劇鑑賞という行為は非常に魅力的な存在、欲求対象なのではないかと考える。

本稿では、大学生がどのような消費活動を行なっているのかを把握した上で、消費傾向別に演劇鑑賞行動への態度について明らかにし、関連性を考察していきたい。

2. 調査概要

2-1. 進捗経緯

4~6月 調査テーマ討論・文献収集

6~7月 予備調査実施・集計

8~11月 調査票作成

11~12月 本調査実施・集計

2-2. 予備調査

【調査目的】

本調査に向けて、大学生の大きな消費行動傾向と演劇鑑賞状況を把握する。

【調査実施日】

2018年7月13日（金）

【調査方法】

調査票を用いた自記式調査

【調査対象者】

文教大学湘南キャンパスの在学学生24名

【主な質問項目】

- ・現在「モノ消費」と「コト消費」のどちらにお金を多く費やしているか
- ・今後「モノ消費」と「コト消費」のどちらにお金を多く費やしたいか
- ・演劇鑑賞行為への関心度合
- ・2017年7月1日から2018年6月30日までの鑑賞方法別演劇鑑賞経験
- ・演劇鑑賞を検討する際に気にする要素
- ・「興味のある舞台芸術作品があるにもかかわらず観に行かなかった」経験の有無

2-3. 本調査

【調査目的】

大学生の消費行動傾向と演劇鑑賞実態及び価値観について明らかにする。

【調査実施日】

2018年11月30日（金）～2018年12月9日（日）

【調査方法】

Google フォームを利用したオンライン調査

【調査対象者】

文教大学湘南キャンパス・越谷キャンパスの在学学生

【配布数】

1275通（うち57通は学籍番号非該当）

【有効回答数】

217通（回答率17.8%）

【サンプリングサイズの決定方法】

2018年度の文教大学学生集計表を用い、文教大学に在籍する生徒を学部ごとの7層に分類。層別に構成比を計算し、その比率に準じて割り当て数を決定した。

		学生数	割合	割り当て数
情報	情報システム	1274	14.52%	175
	情報社会			
	メディア表現			
経営	経営	736	8.39%	101
国際	観光	1153	13.14%	158
	理解			
管理栄養	管理栄養	429	4.89%	59
人間科学	人間科学	1846	21.03%	253
	心理			
	臨床心理			
文学	英米語英米文学	1699	19.36%	233
	外国語			
	日本語日本語文学			
	中国語中国文学			
教育	学校教育課程	1640	18.69%	225
	心理教育課程			
合計		8777	100%	1204

※学生数は学籍番号からの推計値であり、実際の在学生数とは異なる

※以前他のアンケートを送付した学生を覗いて抽出を行った

【主な質問内容】

- ・消費行動について
- ・毎月自由に使うことのできるお金の額（余暇費用）
- ・「体験・経験」に対する価値観
- ・鑑賞・観戦行為に対する好意度合
- ・演劇を構成する諸要素に対する興味度合
- ・演劇鑑賞経験の有無
- ・演劇鑑賞によって得られると思う効果
- ・演劇鑑賞の頻度
- ・演劇鑑賞方法について
- ・お金を払っての演劇鑑賞経験の有無
- ・今後の演劇鑑賞願望
- ・演劇ジャンル別の鑑賞経験と鑑賞願望
- ・お金を払って鑑賞したことが無い理由
- ・お金を払って鑑賞したきっかけ
- ・劇場・ホール等現地での鑑賞を検討する際の検討材料
- ・演劇鑑賞に費やすことのできる金額の上限
- ・演劇鑑賞に費やすことのできる劇場までの移動時間の上限

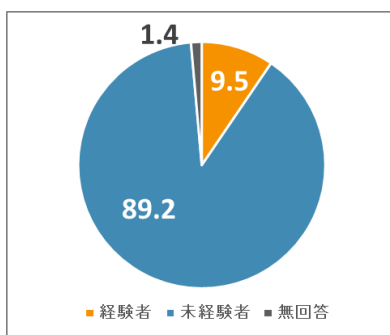
3. 調査結果

3-1. 調査対象者の属性

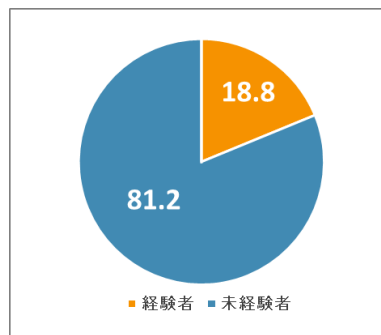
回答者の性別の内訳は男性 74 名 (34.1%)、女性 138 名 (63.6%)、その他 2 名 (0.9%)、無回答 3 名 (1.4%) で、女性が過半数を超えた。学年は、1 年生 68 名 (31.3%)、2 年生 56 名 (25.8%)、3 年生 53 名 (24.4%)、4 年生 39 名 (18.0%)、無回答 1 名 (0.5%) であった。居住について尋ねたところ、実家暮らし 142 名 (65.4%)、一人暮らし 73 名 (33.6%)、その他 1 名 (0.5%)、無回答 1 名 (0.5%) であった。回答者の演劇経験について尋ねたところ、経験者 34 名 (15.7%)、未経験者 182 名 (83.9%)、その他 1 名 (0.5%) であった。

男女別の演劇経験有無をそれぞれ図表 4、図表 5 に示した。今回の調査対象は、女性の方が演劇経験者の割合が高かった。

図表 4 男性の演劇経験 (n=74)



図表 5 女性の演劇経験 (n=138)



3-2. 1 か月あたりの余暇活動費用

毎月自由に使うことのできる余暇活動費用を尋ねた結果が図表 6 である。

回答数が多かった上位 3 つは、「25,000～30,000 円」16.1%、「15,000～20,000 円」14.7%、「10,000～15,000 円」であった。

図表 6 は男女別の 1 か月あたりの余暇費用である。性別ごとの結果について連関が見られるかどうかカイ二乗検定を行なったところ、有意な差が見られた ($X^2(20) = 32.69, p < .05$)。男女を比較すると、今回の対象者は女性の方が 1 か月の余暇費用額が多い傾向にあった。

図表 6 男女別の 1 か月あたりの余暇費用 (n=217)

	n	5千円未満	5千～1万	1～1.5万	1.5～2万	2.5～3万	2～2.5万
男性	74	2.7	8.1	9.5	14.9	12.2	24.3
女性	138	4.3	13.0	14.5	14.5	8.7	12.3
	n	3～3.5万	3.5～4万	4～4.5万	4.5～5万	5万円以上	
男性	74	10.8	1.4	10.8	0.0	5.4	
女性	138	12.3	5.1	2.9	3.6	8.7	

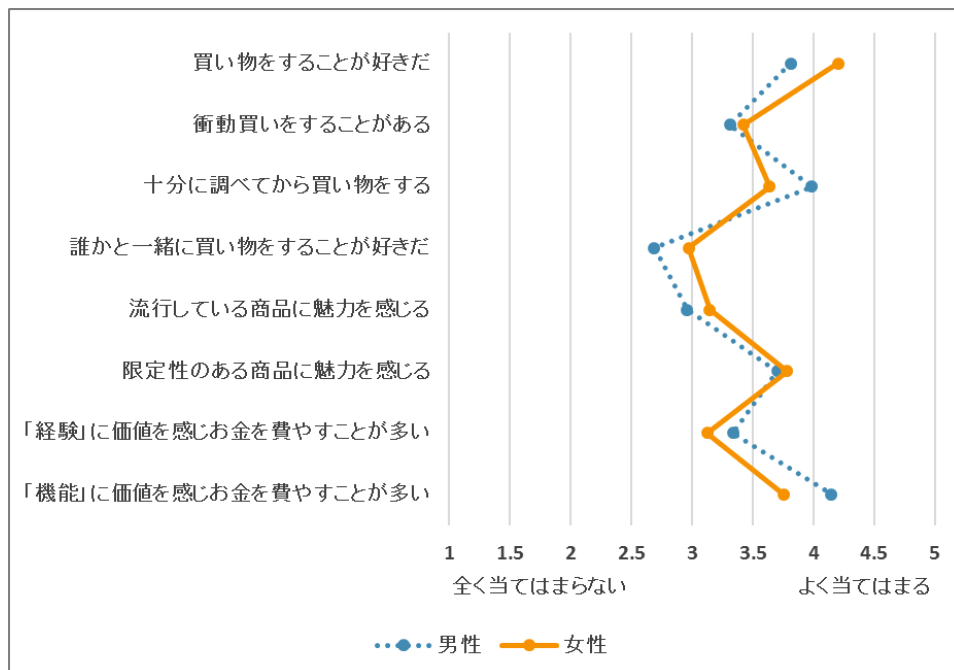
3-3. 消費行動について

3-3-1. 消費行動傾向

大学生の消費行動傾向を明らかにするために、消費行動に関する 8 項目について「よく当てはまる」「まあ当てはまる」「どちらともいえない」「あまり当てはまらない」「全く当てはまらない」の 5 段階で回答してもらった。「よく当てはまる」～「全く当てはまらない」に 5～1 の得点を割り当て、各項目の全体平均値を算出したところ、「買い物をするのが好きだ」(4.04)、「衝動買いをすることがある」(3.38)、「商品やサービスを十分に調べてから買い物をする」(3.76)、「一人で買い物をするよりも、友達や家族と買い物をするのが好きだ」2.88、「流行している商品やサービスに魅力を感じる」(3.07)、「期間限定・地域限定・数量限定など、限定性のある商品やサービスに魅力を感じる」(3.75)、「商品やサービスによって得られる『経験』に価値を感じてお金を費やすことが多い」(3.20)、商品やサービスによって得られる『機能』に価値を感じてお金を費やすことが多い」(3.88)という結果となった。

男女別の平均値を算出した結果が図表 7 である。全項目について男女間で有意差がみられるかどうか独立したサンプルの t 検定を行ったところ、「買い物をするのが好きだ」(t=(210),df=2.61,p<.01)、「十分に調べてから買い物をする」(t=(210),df=2.27,p<.05)、『機能』に価値を感じてお金を費やすことが多い」(t=(210),df=3.15,p<.05) の 3 項目で平均値に有意な差がみられた。この結果から、女性は男性よりも買い物することが好きであり、男性は女性よりも商品やサービスについて十分に調べ、機能を重視して買い物をする傾向があることが分かった。

図表 7 消費行動傾向 (男性 : n=74 女性 : n=138)



7項目の平均得点を算出し、バリマックス回転を用いて主因子法による因子分析を行った結果が図表8である。分析した結果、3つの因子が抽出された。

第一因子は、限定商品や流行に敏感で誰かと一緒に買い物をすることが好きな、買い物（ショッピング）という行為自体を好む「娯楽的消費型」傾向が強い因子が抽出された。第二因子は、商品をよく調べてから、製品の機能に価値を見出し消費を行う「実用的消費型」傾向が強い因子が抽出された。第三因子は、経験に価値を感じ衝動買いをしやすい「感情的消費型」傾向が強い因子が抽出された。

第一因子と第二因子は、いいモノを所有することに重きを置いている「モノ消費」傾向が見られるが、第三因子は経験に価値を感じ消費活動を行う「コト・トキ消費」傾向が見られる。このことから、社会的には「モノ」から「コト」・「トキ」へと消費傾向が変化するとされているが、実際は製品の機能や買い物（ショッピング）という行為そのものに価値を感じている「従来型」の部分も根強く残っているということが明らかとなった。

図表8 消費行動傾向の因子分析結果

	娯楽消費	実用消費	感情消費
流行している商品に魅力を感じる	0.782	0.026	0.073
買い物をすることが好きだ	0.473	0.07	0.363
限定性のある商品に魅力を感じる	0.473	0.077	0.128
誰かと一緒に買い物をすることが好きだ	0.399	-0.102	-0.145
「機能」に価値を感じお金を費やすことが多い	-0.052	0.715	0.125
十分に調べてから買い物をする	0.04	0.517	-0.125
衝動買いをすることがある	0.015	-0.189	0.721
「経験」に価値を感じお金を費やすことが多い	0.08	0.256	0.347
寄与率	15.36	11.276	10.574
固有値	1.95	1.488	1.292
累積寄与率	37.21		

因子抽出法: 主因子法

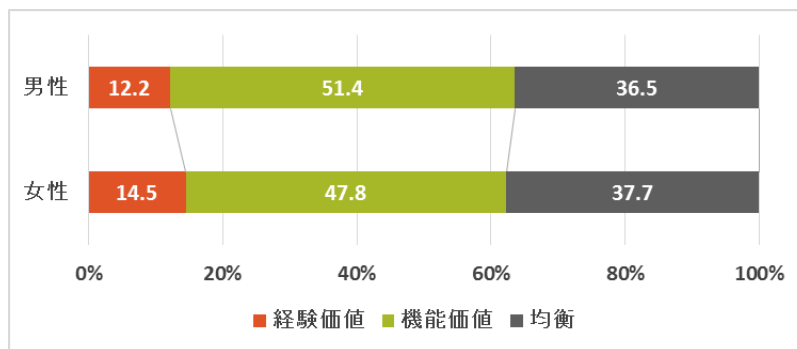
3-3-2. 消費タイプ

問1で尋ねた『「経験」に価値を感じお金を費やすことが多い』と『「機能」に価値を感じお金を費やすことが多い』の2項目の回答結果を用い、「経験」の得点から「機能」の得点を差し引いてプラスの値だった人を「経験消費タイプ」に、マイナスの値だった人を「機能消費タイプ」に分類し、値が0だったサンプルは「均衡タイプ」とした。

全体 (n=217) に占めるそれぞれのタイプは、「経験価値消費タイプ」が 13.60%、「機能消費タイプ」が 47.90%、「均衡タイプ」が 38.7%であった。

図表 9 は男女別の消費タイプ構成比率である。性別によって消費タイプに違いがあるかカイ2乗検定を行ったが、有意な差は見られなかった

図表 9 各消費タイプの性別比率 (男性 : n= 女性 : n=)



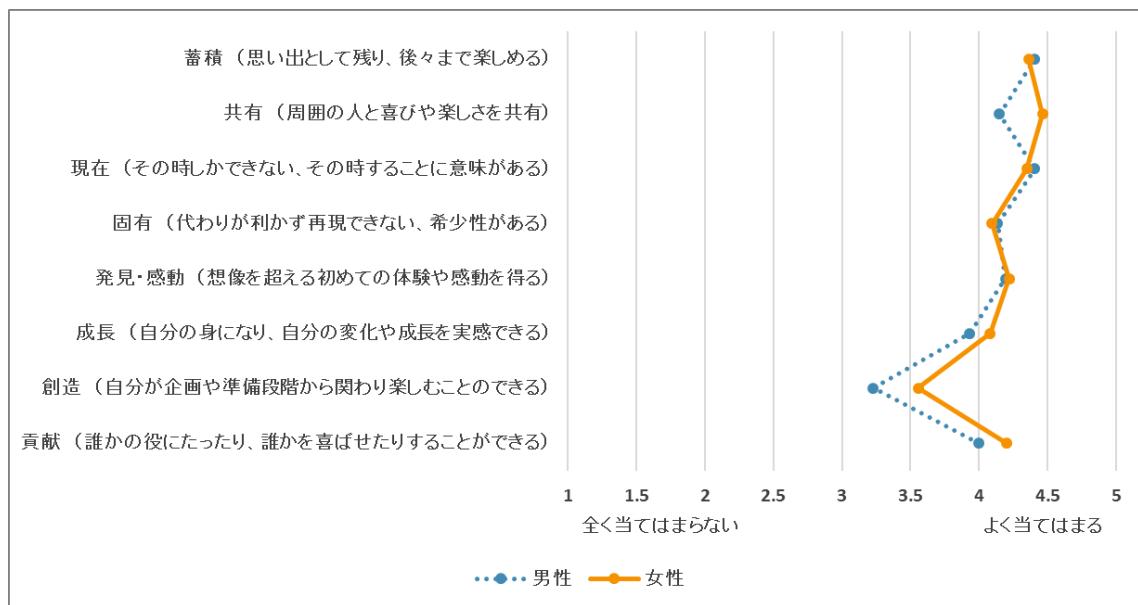
3-3-3. 経験・体験に対する欲求

大学生がどのような経験・体験をしたいと考えているのかを明らかにするために、性質の異なる 8 つの経験・体験を挙げ、それぞれに対して欲求があるかどうかを「よく当てはまる」「まあ当てはまる」「どちらともいえない」「あまり当てはまらない」「全く当てはまらない」の 5 段階で回答してもらった。なお調査に用いた 8 つの経験・体験は、ジェイアール東日本企画の「Jeki NEWS」(2016 年 1 月 25 日)に掲載されている「生活者の新しい 8 つの価値観」(Jeki「普段の生活に関するアンケート調査」2015 年 10 月)を参考に項目を作成した。

「よくあてはまる」～「全く当てはまらない」に 5～1 の得点を割り当て、各項目の全体平均値を算出したところ、「思い出として残り、後々まで楽しめそうな経験や体験がしたい」という「蓄積経験欲求」が一番高く (4.36)、次いで「その時にしかできない、その時にすることに意味がある経験や体験がしたい」という「現在経験欲求」(4.35)、「家族・友人など周囲の人と喜びや楽しさを共有できる経験や体験がしたい」という「共有経験欲求」(4.33)が高い結果となった。

男女別の平均値を算出した結果が図表 10 である。男女間で有意差がみられるかどうか、独立したサンプルの t 検定を行った結果、「共有経験欲求」の平均値に有意な差がみられた ($t(118.61) = -2.05, p < .05$)。女性は男性よりも周囲の人と喜びや楽しさを共有できる経験や体験をしたいと考えていることが明らかになった。

図表 10 経験に対する欲求 (男性 : n=74 女性 : n=138)



8 項目の平均得点を算出し、バリマックス回転を用いて主因子法による因子分析を行った結果が図表 11 である。分析の結果、2つの因子が検出された。

第一因子は、再現性が無く希少で、感動でき思い出として蓄積されるような体験をしたいという「情緒的な欲求」に関連する因子が抽出された。第二因子は、自己成長や他社への貢献、感情の共有や主体的創造を経験できる体験をしたいという「行動的な欲求」に関連する因子が抽出された。

図表 11 経験に対する欲求の因子分析結果

	情緒的欲求	行動的欲求
現在	0.826	0.203
発見・感動	0.712	0.275
固有	0.707	0.259
蓄積	0.697	0.396
貢献	0.32	0.752
成長	0.407	0.559
共有	0.502	0.533
創造	0.097	0.511
寄与率	48.853	6.984
固有値	4.318	1.06
累積寄与率	55.837	

因子抽出法: 主因子法

『経験』に価値を感じお金を費やすことが多い、『機能』に価値を感じお金を費やすことが多い』の2項目の結果と、8つの経験に対する欲求に関して相関関係を算出したところ、図表12に示す結果が得られた。

図表12 価値観と経験欲求の相関関数

	「経験」	「機能」	蓄積	共有	現在	固有	発見・感動	成長	創造	貢献
「経験」										
「機能」	.229**									
蓄積	.174*	.218**								
共有	.074	.039	.729**							
現在	.135*	.261**	.683**	.562**						
固有	.141*	.210**	.528**	.403**	.618**					
発見・感動	.168*	.204**	.557**	.403**	.604**	.700**				
成長	.070	.142*	.435**	.456**	.450**	.457**	.514**			
創造	.213**	.052	.216**	.285**	.116	.313**	.246**	.384**		
貢献	.121	.144*	.521**	.590**	.444**	.374**	.422**	.549**	.397**	

**= p < .01、*= p < .05

消費タイプごとに経験に対する欲求の平均値に有意差が見られるかどうか、独立したサンプルのt検定を行った。サンプルの分類は前述のとおり『経験』に価値を感じお金を費やすことが多いと『機能』に価値を感じお金を費やすことが多い』の2項目を用いた。「経験」の得点から「機能」の得点を差し引いてプラスの値だった人を「経験消費タイプ」に、マイナスの値だった人を「機能消費タイプ」に分類し、値が0のサンプルは除外した。独立したt検定の結果、いずれの欲求平均値も有意な差は見られなかった。

3-4. 演劇関連事象について

3-4-1. 演劇鑑賞とその他鑑賞観戦行動に対する好意

鑑賞・観戦行動に対する好意度合を「とても好き」、「やや好き」、「どちらともいえない」、「やや嫌い」、「嫌い」の5段階で回答してもらった。演劇鑑賞については「とても好き」22.6%、「やや好き」31.8%、「どちらともいえない」17.1%、「やや嫌い」23.0%、「嫌い」5.5%という結果で(n=217)、調査対象者の過半数が演劇鑑賞に対して好意的な感情を抱いていた。

「とても好き」～「嫌い」に5～1の得点を割り当て、各行為に対する好意の平均値を算出したところ、「映画鑑賞」が4.38と1番高く、次いで「アニメ鑑賞」(3.87)、「ドラマ鑑賞」(3.86)、「スポーツ観戦」(3.43)、「演劇鑑賞」(3.37)という結果となった。

3-4-2. 演劇を構成する諸要素に対する興味

演劇を構成する諸要素に対する興味度合を「とても興味がある」、「やや興味がある」、「どちらともいえない」、「あまり興味がない」、「まったく興味がない」の5段階で回答してもらった。「とても興味がある」～「まったく興味がない」に5～1の得点を割り当て、各要素に対する興味度合いの平均値を算出したところ、「歌・音楽」への興味度合いが4.46と最も高く、次いで「芸術」(3.69)、「芝居・演技」(3.67)、「身体表現」(3.23)、「伝統」(3.21)という結果であった。「歌・音楽」への興味度合いが一番高いという結果は、歌や音楽は大学生にとって身近なものであるため、接触回数が多く興味度が高くなったと推測する。

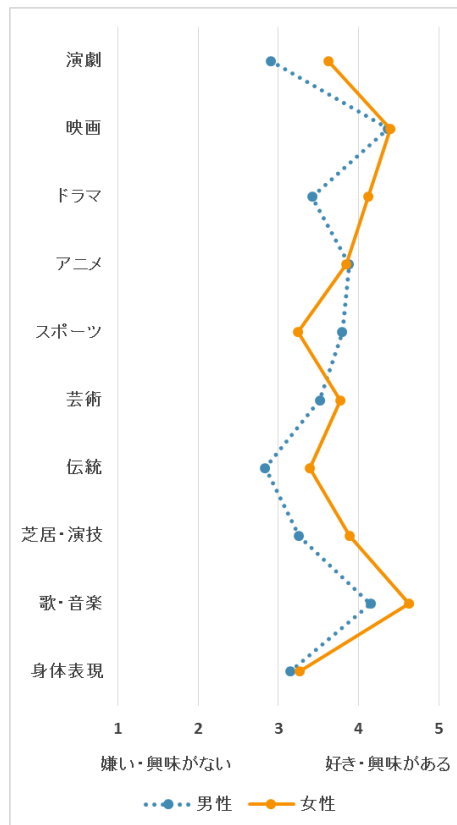
3-4-3. 男女別、消費タイプ別の鑑賞観戦行動好意と演劇構成要素興味度

鑑賞観戦行動好意と演劇構成要素興味度について、男女別の平均値を算出した結果が図表 13、消費タイプごとの平均値を算出した結果が図表 14 である。

男女間で平均値に差がみられるかどうか独立したサンプルの t 検定を行ったところ、「演劇鑑賞」(t(210)=-4.672,p<.001)、「ドラマ鑑賞」(t(138.77)=-4.251,p<.01)、「スポーツ観戦」(t(210)=3.214,p<.01)、「伝統」(t(126.52)=-3.236,p<.01)、「芝居・演技」(t(136.68)=-3.602,p<.001)、「歌・音楽」(t(102.82)=-3.541,p<.001)の項目に有意差がみられた。女性は男性よりも演劇とドラマを鑑賞することを好み、男性は女性よりもスポーツ観戦が好きであることが分かった。女性が男性よりも演劇鑑賞を好む傾向にある理由の一つは、演劇を構成する諸要素に対する興味度合いが高いからであると考えられる。

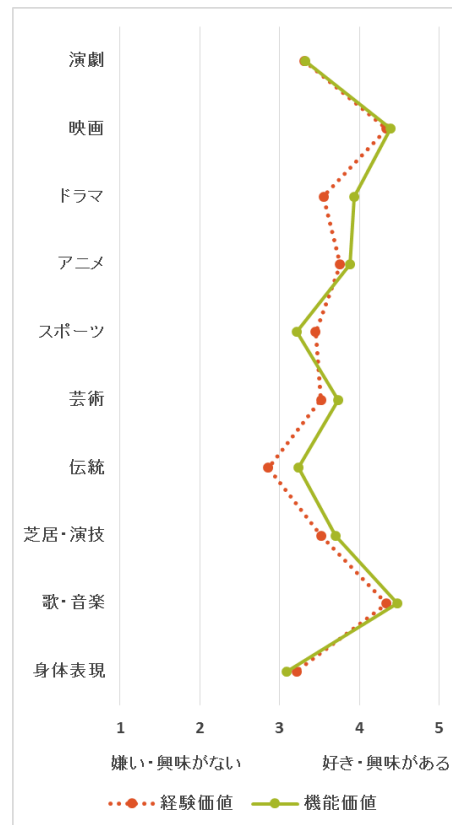
図表 13 男女別の平均値

(男性：n=74 女性：n=138)



図表 14 消費タイプ別の平均値

(経験価値：n=29 機能価値：n=104)



3-5. 演劇鑑賞経験

3-5-1. 演劇を鑑賞した経験

鑑賞方法や有料を問わず、演劇鑑賞の経験があるかどうか尋ねた結果、「鑑賞したことがある」と回答した人が 87.6%、「鑑賞したことがない」と回答した人が 12.4%であった(n=217)。

消費タイプ別の結果について連関が見られるかどうかカイ二乗検定を行なったが、有意な

差は見られなかった。また、男女別の結果についてカイ二乗検定を行なったが、有意な差は見られなかった。

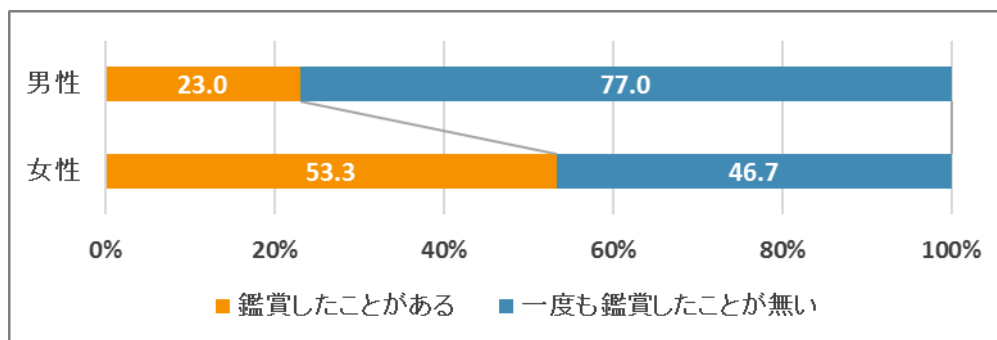
3-5-2. 自分でお金を払って演劇を鑑賞した経験

鑑賞方法を問わず、自分でお金を払い演劇鑑賞をしたことがあるかどうか尋ねた結果、「鑑賞したことがある」と回答したことがある人は 42.6%、「鑑賞したことがない」と回答した人は 57.6%であった (n=217)。

消費タイプ別の結果について連関が見られるかどうかカイ二乗検定を行なったが、有意な差は見られなかった。

一方で、男女別の結果についてカイ二乗検定を行なったところ、有意な差が見られた ($X^2(2)=18.08, p<.001$)。図表 15 は男女別の鑑賞経験結果である。女性は半数以上が有料での演劇鑑賞経験があるが、男性は 80%近くが一度も有料で鑑賞したことがないことが明らかとなった。

図表 15 男女別の鑑賞経験 (男性 : n=74 女性 : n=137)



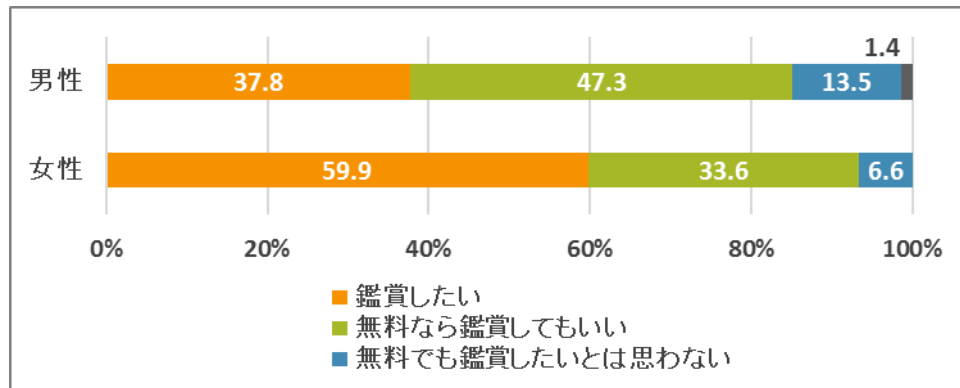
3-5-3. 今後の鑑賞意向

今後演劇を鑑賞したいと思うか尋ねた結果、「鑑賞したい」と回答した人が 52.8%、「無料なら鑑賞してもいい」が 38.4%、「無料でも鑑賞したいとは思わない」が 8.8%であった (n=216)。

消費タイプ別の結果について連関が見られるかどうかカイ二乗検定を行なったが、有意な差は見られなかった。また、男女別の結果についてカイ二乗検定を行なったが、有意な差は見られなかった。

図表 16 は男女別の鑑賞意向結果である。女性は半数以上がお金を払って演劇を鑑賞する意向があり、演劇鑑賞について積極的であることが分かった。男性は「無料ならば鑑賞してもいい」の割合が有料鑑賞意向よりも割合が多かったが、それでも演劇鑑賞への興味はあるようである。

図表 16 男女別の演劇鑑賞意向（男性：n=74 女性：n=137）

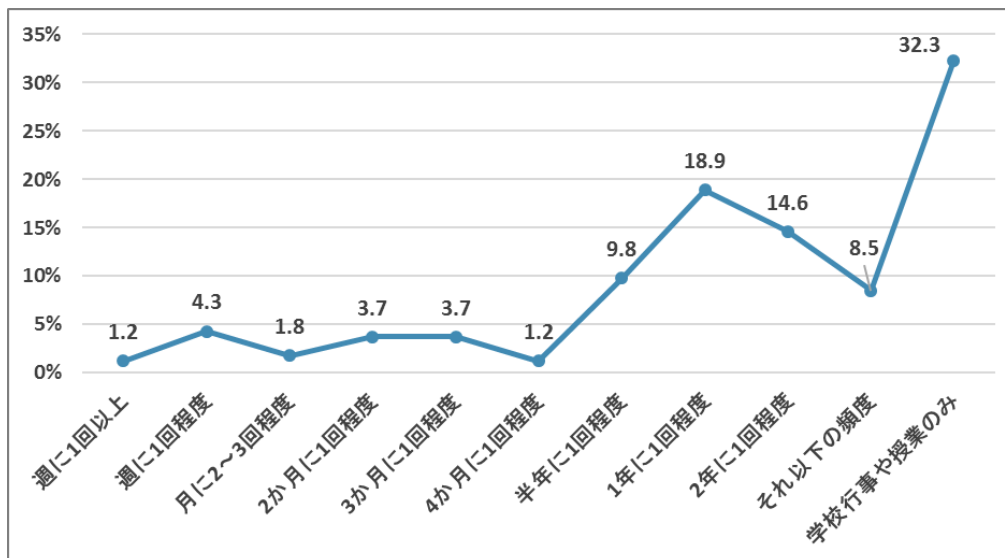


3-6. 演劇鑑賞頻度

演劇を1度でも鑑賞した経験のある人を対象に鑑賞頻度を尋ねた結果が図表 17 である。「学校行事や授業のみ」という回答が 32.3%と最も多く、次いで「1年に1回程度」18.9%、「2年に1回程度」14.6%という結果であった(n=164)

消費タイプ別の結果について連関が見られるかどうかカイ二乗検定を行なったが、有意な差は見られなかった。また、男女別の結果についてカイ二乗検定を行なったが、有意な差は見られなかった。

図表 17 演劇鑑賞頻度（n=164）



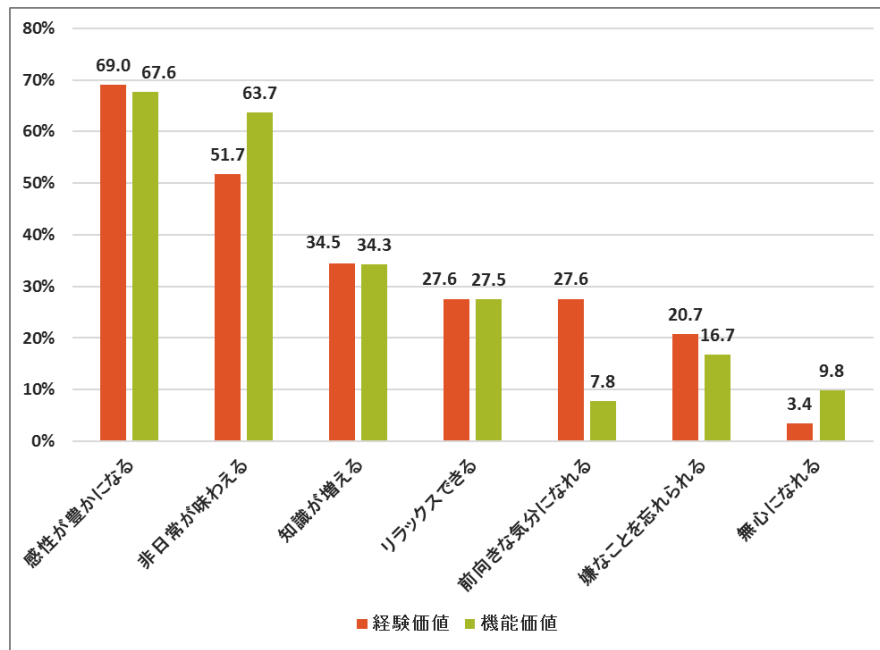
3-7. 演劇鑑賞がもたらす効果

演劇鑑賞がもたらす効果だと思うものを複数回答にて尋ねた結果、「感性が豊かになる」が 66.4%と一番高く、次いで「非日常を味わえる」59.3%、「知識が増える」35.0%、「リラックスできる」30.8%、「前向きな気分になれる」17.3%、「嫌なことを忘れられる」15.9%、「無心になれる」8.4%という結果であった(n=214)。学校行事や授業などの演劇鑑賞経験から、「感性が

豊かになる」、「知識が増える」などの効果を考える人が多かったのではないかと考察する。

消費タイプ別の結果を図表 18 に示した。消費タイプ別の結果についてカイ二乗検定を行なったところ、「前向きな気分になれる」の項目で有意な差が見られた ($X^2(2)=8.21, p<.01$)。

図表 18 消費タイプ別の演劇鑑賞がもたらす効果（経験価値：n=29 機能価値：n=102）

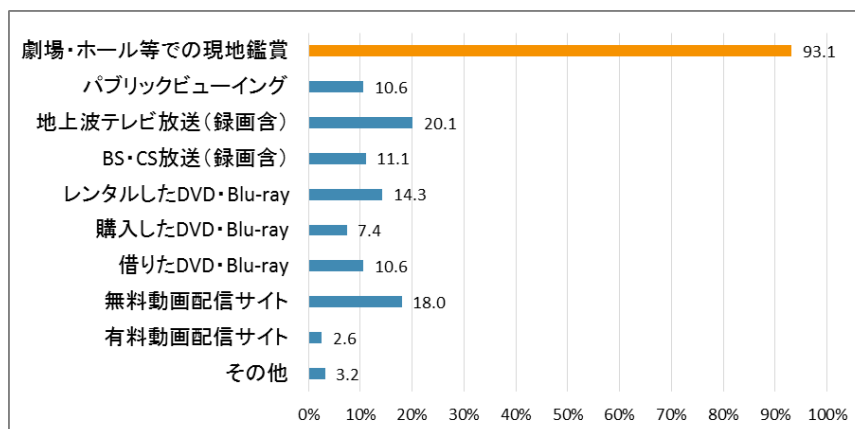


3-8. 鑑賞方法について

3-8-1. 一度でも利用したことのある鑑賞方法

演劇を鑑賞した経験のある人を対象に、複数回答にて 1 度でも利用したことがある鑑賞方法を尋ねた結果が図表 19 である。93.1% もの人が「劇場・ホール等での現地鑑賞」を経験したことがあると回答している (n=189)。この結果から、演劇鑑賞の入り口として最もポピュラーな鑑賞方法は現地鑑賞であるといえるだろう。

図表 19 利用したことのある鑑賞方法 (n=189)

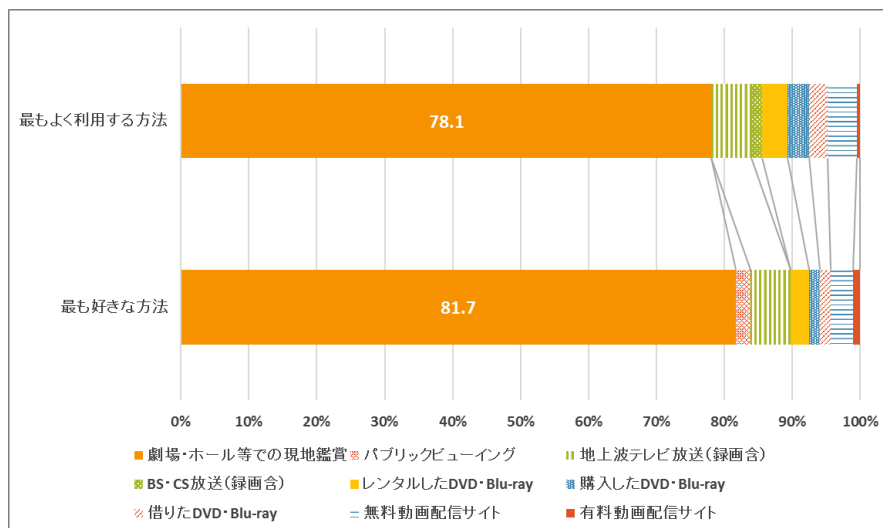


3-8-2. 最頻鑑賞方法と最好鑑賞方法

演劇を鑑賞した経験のある人を対象に、最もよく利用する鑑賞方法と、最も好きな鑑賞方法を尋ねた結果が図表 20 である。「最もよく利用する鑑賞方法」は回答数が多い順に「現地鑑賞」78.1%、「地上波テレビ放送」5.9%、「無料動画配信サイト」4.3%、「レンタルした DVD・Blu-ray」3.7%、「購入した DVD・Blu-ray」3.2%、「借りた DVD・Blu-ray」1.6%、「BC・CS 放送」1.6%、「有料動画配信サイト」0.5%、「パブリックビューイング」0.0%であった。最も好きな鑑賞方法は回答数が多い順に「現地鑑賞」81.7%、「地上波テレビ放送」5.9%、「無料動画配信サイト」3.2%、「レンタルした DVD・Blu-ray」2.7%、「パブリックビューイング」2.2%、「購入した DVD・Blu-ray」1.6%、「借りた DVD・Blu-ray」1.6%、「有料動画配信サイト」1.1%、「BC・CS 放送」0.0%であった。

利用したことのある鑑賞方法と同じく、現地鑑賞という回答が一番多かった。学校行事や授業でしか鑑賞しなかった層が多かったことも、このような結果になった要因の一つであると考えられる。

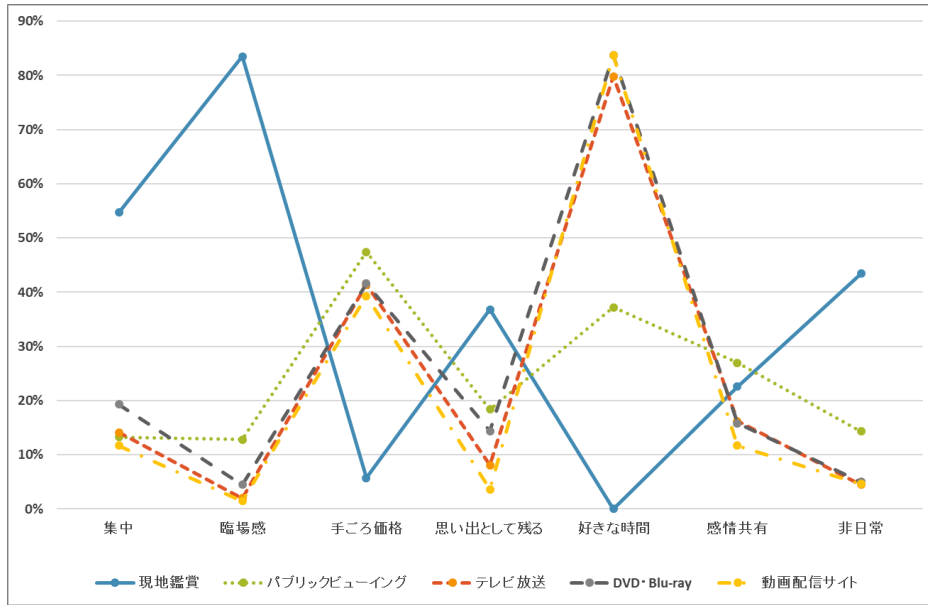
図表 20 最頻鑑賞方法と最好鑑賞方法 (n=186)



3-8-3. 鑑賞方法の特性

5つの鑑賞方法に対して、あてはまると思う特性を複数回答で答えてもらった。結果が図表 21 である。現地鑑賞は臨場感があり集中して観劇ができる一方で、価格や時間ではほかの鑑賞対象よりも手頃ではないことが明らかとなった。また、テレビ、DVD、動画については、ほとんど一緒だととらえられていることが明らかとなった。

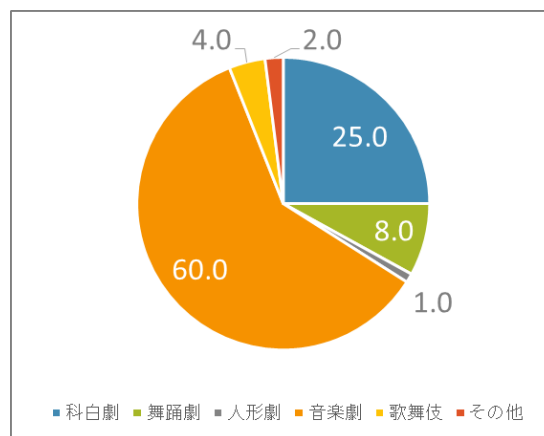
図表 21 鑑賞方法の特性



3-9. 演劇のジャンルについて

最もよく鑑賞しているジャンルについて尋ねた結果が図表 22 である。回答数が多い順に「音楽劇」60.0%、「科白劇（ストレートプレイ）」25.0%、「舞踊劇」8.0%、「歌舞伎」4.0%、「その他」2.0%、「人形劇」1.0%という結果であった。先述の通り、若者は歌・音楽に興味があるということから、このような結果になったと推測する。

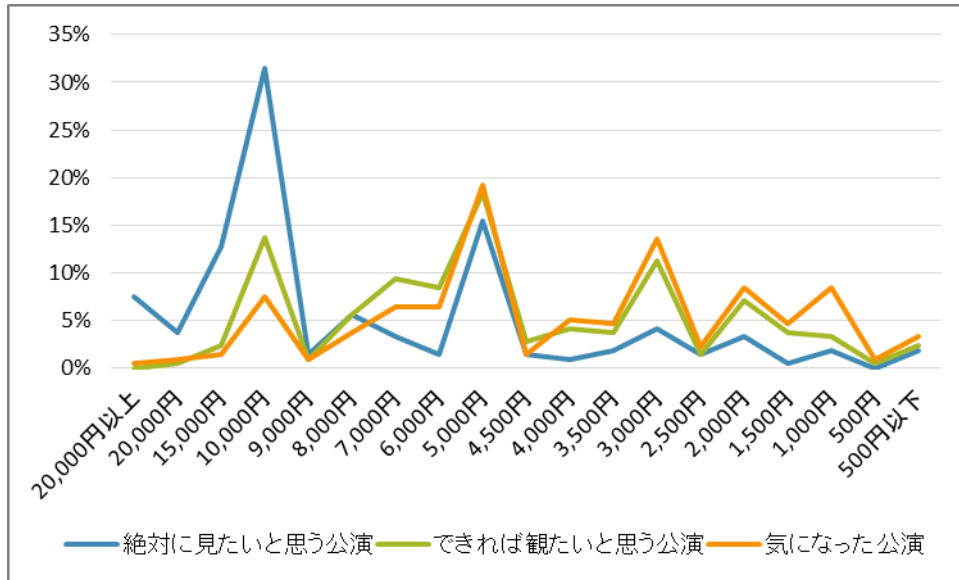
図表 22 最もよく鑑賞しているジャンル



3-10. 支払ってもよいと思える金額

舞台鑑賞に支払ってもよいと思える金額を「絶対に見たい作品」、「できれば見たい作品」、「気になった作品」の3つについてそれぞれ答えてもらった。結果が図表 23 である。

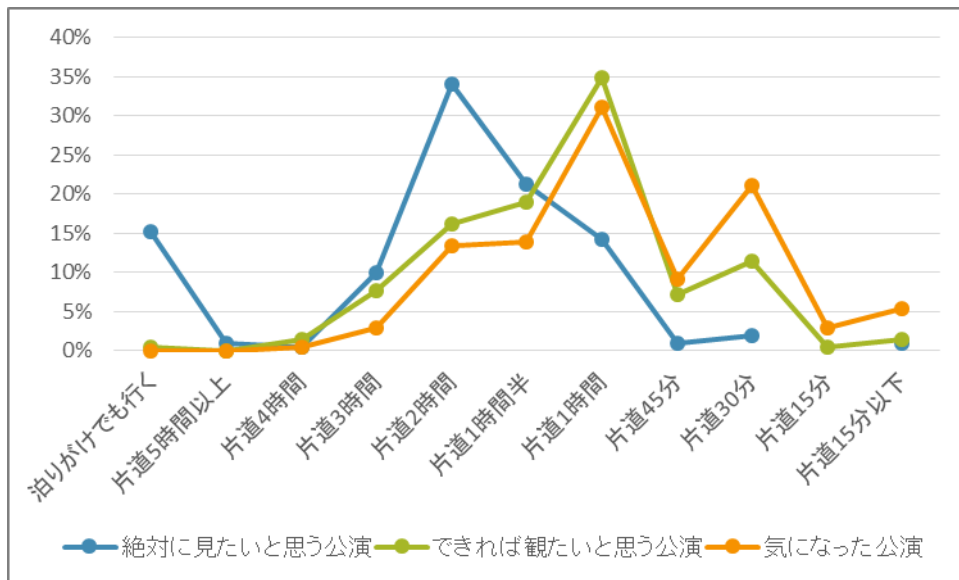
図表 23 支払ってもよいと思える金額



3-11. 費やしてもよいと思える劇場までの移動時間

舞台鑑賞に費やしてもよいと思える劇場までの移動時間を「絶対に見たい作品」、「できれば見たい作品」、「気になった作品」の3つについてそれぞれ答えてもらった。結果が図表 24 である。

図表 24 費やしてもよいと思える金額



4. まとめと考察

今回の研究は、大学生の消費行動の傾向を明らかにしたうえで「コト消費」・「トキ消費」の傾向が強い「演劇鑑賞」という行為にスポットを当て、消費活動と演劇鑑賞に対する態度とその関連性を検討することが目的であった。

大学生の消費活動について調査した結果、大学生の消費活動は未だ従来の「モノ消費」の影響を強く受けていることが明らかとなった。「コト・トキ消費」の傾向もあれど、それはごく一部に過ぎないようである。

演劇鑑賞に対する態度については、鑑賞行動に対して好意的に思い興味を持ってはいるものの、自分でお金を払い鑑賞するまでには至らなかった層が多くいることが明らかとなった。消費活動傾向と、鑑賞経験および鑑賞意向の相関は見られることはなく、性差の影響が強いように思われた。今回は「経験」と「機能」のどちらに価値を感じているのかを軸とした分析を行ったが、次に調査を行う機会があれば軸を改めて検討してみたい。

5. 参考文献

- ・朝日新聞社メディアビジネス局 広告朝日「マーケティングキーワード」
<https://adv.asahi.com/keyword/11302166.html> (2019年2月27日観覧)
- ・宣伝会議 AdverTimes 「『コト消費』では説明できない。博報堂生活総研が新たに提案する「トキ消費」とは?」
<https://www.advertimes.com/20171120/article261551/> (2019年2月27日観覧)
- ・総務省「平成28年度版情報通信白書」第1部特集第4節
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/html/nc114320.html>
(2019年2月27日観覧)
- ・消費者庁「平成29年度版消費者白書」第1部第3章第1節
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/pdf/2017_whitepaper_0004.pdf (2019年2月17日観覧)
- ・Walter Benjamin (1936)「複製技術時代の芸術」(川村二郎・高木久雄・高原宏平・野村修訳)
- ・高橋聡太「Artwords アウラ」
<http://artscape.jp/artword/index.php/%E3%82%A2%E3%82%A6%E3%83%A9>
(2019年3月10日観覧)
- ・株式会社ジェイアール東日本企画「Jeiki NEWS (2016年1月25日)」
<https://www.jeki.co.jp/info/files/upload/20160125/160125WoTHP.pdf>
(2019年3月12日観覧)

消費行動と演劇鑑賞に関する調査

2018年11月

所属：情報学部メディア表現学科3年

「メディア調査研究法Ⅲ」

調査員：尾形実優

連絡先：b6p51018@shonan.bunkyo.ac.jp

担当教員：日吉昭彦

この度は調査にご協力いただき誠にありがとうございます。

本調査は、大学生の消費行動傾向と演劇鑑賞に対する価値観を明らかにするための調査です。調査で回収しました回答はプライバシーに配慮し、統計的に処理を行います。回答により個人が特定されたり、授業の評価に影響を及ぼしたりすることはございませんので、率直にご回答頂きますようお願い致します。

調査についてのご意見・ご質問がありましたら上記に記載されている連絡先にご連絡ください。お忙しいところ誠に申し訳ございませんが、ご協力よろしくお願いいたします。

ご記入にあたってのお願い

1. 調査には、必ず調査票を受け取った本人が回答・ご記入ください。
2. お答えになりにくい質問に関しては、無回答で結構です。
3. 質問への回答は、特に指示のない限り当てはまる項目番号に○をつけてください。
4. ご記入は、鉛筆・シャープペンシル・黒か青のボールペンでお願いします。また、回答を訂正する場合は、前の回答を消しゴムで消すか、×印をつけるなどして、訂正したことを明示してください。
5. 回答方法などについてのご質問がございましたら、調査員にお尋ねしてください。
6. ご記入が終わりましたら、担当者が回収に参りますので指示をお待ちください。
7. 他の授業などでこの調査に回答したことがある方は、お手数ですが担当者にお声掛けください。

■ まず初めに、消費行動に関してお伺いいたします。

問1. あなたの消費行動傾向についてお伺いいたします。以下の項目について、それぞれ当てはまる選択肢を1つだけお答えください。n=217

	よく当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
ア. 買い物をすることが好きだ	42.9	33.2	11.5	10.1	2.3
イ. 衝動買いをすることがある	19.8	35.5	18.4	15.2	11.1
ウ. 商品やサービスを十分に調べてから買い物をする	26.7	39.6	19.4	11.1	3.2
エ. 一人で買い物するよりも、友達や家族と買い物をすることが好きだ	13.4	21.2	17.1	36.9	11.5
オ. 流行している商品やサービスに魅力を感じる	7.4	36.9	22.1	22.6	11.1
カ. 期間限定・地域限定・数量限定など、限定性のある商品やサービスに魅力を感じる	25.0	47.7	10.6	11.1	5.6
キ. 商品やサービスによって得られる「経験」に価値を感じてお金を費やすことが多い	12.4	29.0	29.0	24.9	4.6
ク. 商品やサービスの「機能」に価値を感じてお金を費やすことが多い	23.5	51.6	15.7	7.4	1.8

問2. あなたが毎月自由に使うことのできるお金はどの程度ありますか。

当てはまる選択肢を1つだけお答えください。

※自由使えるお金とは、生活に最低限かかるお金を除いて、趣味や交際費などにかけるお金を指します。n=217

- | | | | |
|----------------------|------|-----------------------|------|
| 1. 5,000 円未満 | 4.1 | 2. 50,000～10,000 円未満 | 11.5 |
| 3. 10,000～15,000 円未満 | 12.4 | 4. 15,000～20,000 円未満 | 14.7 |
| 5. 20,000～25,000 円未満 | 10.1 | 6. 25,000～30,000 円未満 | 16.1 |
| 7. 30,000～35,000 円未満 | 12.0 | 8. 35,000～40,000 円未満 | 3.7 |
| 9. 40,000～45,000 円未満 | 5.5 | 10. 45,000～50,000 円未満 | 2.3 |
| 11. 50,000 円以上 | 7.4 | | |

■ ここからは、あなたの価値観についてお伺いいたします。

問3. あなたの価値観についてお伺いいたします。以下の項目について、
それぞれ当てはまる選択肢を1つだけお答えください。 n=217

	よく当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
ア. 思い出として残り、後々まで楽しめそうな経験や体験がしたい	55.3	34.6	2.8	5.5	1.8
イ. 家族・友人など周囲の人と喜びや楽しさを共有できる経験や体験がしたい	59.0	26.7	6.0	5.1	3.2
ウ. そのときしかできない、そのときすることに意味がある経験や体験がしたい	54.8	32.7	6.9	3.2	2.3
エ. 代わりが利かず再現できない、希少な経験や体験がしたい	42.4	36.4	11.1	7.4	2.8
オ. 想像を超える初めての体験や感動を得ることができる経験や体験がしたい	43.7	39.5	10.2	4.7	1.9
カ. 自分の身になり、自分の変化や成長を実感できる経験や体験がしたい	40.6	32.7	17.1	6.0	3.7
キ. 自分が企画や準備段階から関わり楽しむことのできる経験や体験がしたい	22.1	33.2	18.9	17.5	8.3
ク. 誰かの役にたったり、誰かを喜ばせたりすることができる経験や体験がしたい	45.2	33.6	11.5	5.5	4.1

問4. あなたは以下の事柄についてどの程度好意をお持ちですか。
各項目当てはまる選択肢を1つだけお答えください。 n=217

	とても好き	やや好き	どちらともいえない	やや嫌い	嫌い
ア. 映画鑑賞	52.5	38.2	4.1	4.6	0.5
イ. ドラマ鑑賞	38.2	29.5	14.7	15.2	2.3
ウ. アニメ鑑賞	35.9	32.3	15.7	14.7	1.4
エ. 演劇鑑賞	18.9	25.8	32.7	18.4	4.1
オ. スポーツ観戦	22.6	31.8	17.1	23.0	5.5

問5. あなたは以下の事柄についてどの程度興味をお持ちですか。

各項目当てはまる選択肢を1つだけお答えください。n=217

	とても興味がある	やや興味がある	どちらともいえない	あまり興味がない	まったく興味がない
ア. 芸術	28.6	35.5	16.6	14.7	4.6
イ. 伝統	11.5	35.5	22.6	23.0	7.4
ウ. 芝居・演技	30.0	32.7	16.1	16.6	4.6
エ. 歌・音楽	61.8	28.1	5.5	3.2	1.4
オ. 身体表現	14.7	29.5	27.2	21.2	7.4

■ ここからは、演劇鑑賞についてお伺いいたします。

問6. あなたは演劇を鑑賞したことがありますか。当てはまる選択肢を1つだけお答えください。※鑑賞方法、無料有料は問いません。n=217

1. 鑑賞したことがある **87.6** 2. 一度も鑑賞したことがない **12.4**

問7. あなたは演劇を見ることでどのような効果が得られると思いますか。

当てはまる選択肢をすべてお答えください。n=214

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. 非日常を味わえる 59.3 | 2. 前向きな気分になれる 17.3 |
| 3. 嫌なことを忘れられる 15.4 | 4. 知識が増える 35.0 |
| 5. 感性が豊かになる 30.8 | 6. リラックスできる 30.8 |
| 7. 無心になれる 8.4 | |

演劇を一度でも鑑賞したことのある方のみ、問 8～11 をお答えください。

問 8. あなたが演劇を鑑賞する頻度はどの程度ですか。当てはまる選択肢を 1つだけ お答えください。※鑑賞方法、無料有料は問いません。n=164

- | | | |
|---|---------------------------|---------------------------|
| 1. 週に 1 回以上 1.2 | 2. 週に 1 回程度 0.0 | 3. 月に 2～3 回程度 1.8 |
| 4. 月に 1 回程度 4.3 | 5. 2 か月に 1 回程度 3.7 | 6. 3 か月に 1 回程度 3.7 |
| 7. 4 か月に 1 回程度 1.2 | 8. 半年に 1 回程度 9.8 | 9. 1 年に 1 回程度 18.9 |
| 10. 2 年に 1 回程度 14.6 | 11. それ以下の頻度 8.5 | |
| 12. 学校行事や授業等でしか演劇を鑑賞したことが無い 32.3 | | |

問 9. あなたが利用したことのある演劇鑑賞方法を すべて お答えください。n=189

1. 劇場・ホール等での現地鑑賞 **94.7**
2. 映画館などで行われるパブリックビューイング **10.6**
3. 地上波テレビ放送(録画を含む) **20.1**
4. BS・CS 放送(録画を含む) **11.1**
5. レンタルした DVD・Blu-ray **14.3**
6. 購入した DVD・Blu-ray **8.5**
7. 家族・友人・知人から借りた DVD・Blu-ray **11.1**
8. 無料動画配信サイト **18.0**
9. 有料動画配信サイト **2.1**
10. その他 **4.2**

問 10. あなたが最もよく利用する演劇鑑賞方法は何ですか。あてはまる選択肢を 1つだけ お答えください。 n=187

1. 劇場・ホール等での現地鑑賞 **78.1**
2. 映画館などで行われるパブリックビューイング **0.0**

3. 地上波テレビ放送(録画を含む) **5.9**
4. BS・CS放送(録画を含む) **1.6**
5. レンタルしたDVD・Blu-ray **3.7**
6. 購入したDVD・Blu-ray **3.2**
7. 家族・友人・知人から借りたDVD・Blu-ray **2.7**
8. 無料動画配信サイト **4.3**
9. 有料動画配信サイト **0.5**

問 11. あなたが最も好きな演劇鑑賞方法は何ですか。あてはまる選択肢を 1つだけお答えください。 n=186

1. 劇場・ホール等での現地鑑賞 **81.7**
2. 映画館などで行われるパブリックビューイング **2.2**
3. 地上波テレビ放送(録画を含む) **5.9**
4. BS・CS放送(録画を含む) **0.0**
5. レンタルしたDVD・Blu-ray **2.7**
6. 購入したDVD・Blu-ray **1.6**
7. 家族・友人・知人から借りたDVD・Blu-ray **1.6**
8. 無料動画配信サイト **3.2**
9. 有料動画配信サイト **1.1**

ここからはすべての方がお答えください。

問 12. あなたは自分でお金を払って演劇を鑑賞したことがありますか。あてはまる選択肢を 1つだけお答えください。※鑑賞方法は問いません n=216

1. 鑑賞したことがある **42.6**
2. 一度も鑑賞したことがない **57.4**

問 13. あなたは今後、自分でお金を払って演劇を鑑賞したいと思いますか。あてはまる選択肢を 1つだけお選びください。 n=216

1. 鑑賞したい **52.8**
2. 無料なら鑑賞してもいい **38.4**
3. 無料でも鑑賞したいとは思わない **8.8**

問 14. 以下の演劇のジャンルについて、あてはまる選択肢を全てお答えください。

科白：n=202 黙劇：n=190 舞踊劇：n=198 人形劇：n=198 音楽劇：n=201
歌舞伎：n=201 その他：n=162

	自分でお金を払わず鑑賞したことがある	自分でお金を払って鑑賞したことがある	今後無料で鑑賞できるならば鑑賞したい	今後お金を払ってでも鑑賞したい
ア. 科白劇（歌や踊りなどのないセリフとしぐさによる普通の劇、ストレートプレイ）	43.1	15.3	50.0	15.8
イ. 黙劇（セリフを用いずに身振り・表情だけで演じる劇、パントマイム）	6.3	2.1	85.8	8.9
ウ. 舞踊劇（舞踊を基調として物語が展開する劇、バレエ等）	17.8	5.7	68.4	16.6
エ. 人形劇	23.2	2.0	69.7	9.6
オ. 音楽劇（ミュージカル・オペラ等）	41.3	23.9	33.8	29.9
カ. 歌舞伎	20.4	6.5	55.7	23.9
キ. その他	4.9	6.8	75.9	14.2

自分でお金を払って演劇を鑑賞したことが無い方のみ、問 15 をお答えください。

問 15. 自分でお金を払って演劇を鑑賞したことがない理由は何ですか。

あてはまる選択肢をすべてお答えください。n=125

1. 演劇鑑賞をしたと思ったことが全くない 25.4
2. 学校の芸術鑑賞会等で鑑賞したが、興味が湧かなかった 33.3
3. 演劇鑑賞以上に関心のあるもの（お金を費やしたい事柄）があった 38.1
4. 興味のある作品、公演がなかった 15.9
5. 時間的な余裕がなかった 18.3

6. 金銭的な余裕がなかった **36.5**
7. 一緒に観劇する家族・友人・知人がいなかった **11.9**
8. 劇場・ホール等舞台芸術を鑑賞できる施設へアクセスしづらかった **13.5**
9. 無料の演劇動画で満足していた **8.7**
10. 有料の演劇鑑賞方法があることを知らなかった **1.6**
11. その他 **5.6**

自分でお金を払って演劇を鑑賞したことのある方のみ、問 16～18 をお答えください。

問 16. あなたが初めて自分の意思でお金を払って演劇を鑑賞した際、鑑賞に至った理由・きっかけは何でしたか。あてはまる選択肢をすべてお答えください。n=98

1. 興味のある作品・公演があった **63.9**
2. 好きな漫画・アニメ・小説等が舞台作品化した **20.6**
3. 好きな役者・演者が出演していた **29.9**
4. 家族・友人から誘われた **33.0**
5. 出演者から誘われた **10.3**
6. 時間的な余裕があった **10.3**
7. 金銭的な余裕があった **11.3**
8. チケットの価格が安価だった **5.2**
9. 劇場・ホール等舞台芸術を鑑賞できる施設へアクセスしやすかった **8.2**
10. メディアに取り上げられていた **5.2**
11. ポスター・宣伝チラシ・フライヤーなどを見かけた **12.4**
12. 過去に無料で鑑賞した演劇が面白かった **0.0**
13. 過去に学校の芸術鑑賞会等で鑑賞した演劇が面白かった **6.2**
14. 過去に無料で鑑賞した関連作品が面白かった **3.1**
15. 過去に公演のあった関連作品の情報を知っていた **4.1**
16. その他 **5.2**

問 17. あなたが最もよく鑑賞している演劇のジャンルを1つだけお答えください。
n=100

- | | | | |
|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1. 科白劇 25.0 | 2. 黙劇 0.0 | 3. 舞踏劇 8.0 | 4. 人形劇 1.0 |
| 5. 音楽劇 60.0 | 6. 歌舞伎 4.0 | 7. その他 2.0 | |

問 18. あなたが劇場・ホール等現地での鑑賞を検討する際の検討材料はなんですか。
当てはまる選択肢をすべてお答えください。n=122

- | | |
|----------------------|------------------------------|
| 1. チケット代 59.0 | 2. 会場へのアクセスのしやすさ 35.2 |
|----------------------|------------------------------|

- 3. 会場の評判 13.1
- 4. 公演期間・公演回数 13.9
- 5. 開演時間 16.4
- 6. 終演時間 15.6
- 7. 公演時間 15.6
- 8. 公演内容(あらすじ・演目・曲目等) 59.8
- 9. 好きな演者の出演 33.6
- 10. 演者の知名度 4.9
- 11. 演者の評判 4.9
- 12. 好きな団体かどうか 12.3
- 13. 団体の知名度 9.8
- 14. 団体の評判 6.6
- 15. 好きな脚本家かどうか 5.7
- 16. 脚本家の知名度 1.6
- 17. 脚本家の評判 1.6
- 18. 好きな演出家かどうか 1.6
- 19. 演出家の知名度 1.6
- 20. 演出家の評判 2.5
- 21. 友人や知人の勧め 20.5
- 22. 感想ブログ・感想投稿 7.4
- 23. メディア掲載 8.2
- 24. 公演宣伝の積極性 1.6
- 25. 公式サイトの有無 3.3
- 26. 公式 SNS の有無 1.6
- 27. ポスター・宣伝チラシ・フライヤーのデザイン 7.4
- 28. 自身の演劇鑑賞経験 5.7
- 29. その他 0.0

ここからはすべての方がお答えください。

問 19. あなたが演劇を鑑賞する際に“支払ってもよいと思える金額”の上限はおいくらですか。

以下の3つの条件について、それぞれ当てはまる選択肢を1つだけお答えください。 n

=217

	絶対に見たい公演	出来れば見たい公演	気になった公演
--	----------	-----------	---------

ア. 20,000 円以上でも支払う	7.5	0.0	0.5
イ. 20,000 円	3.8	0.5	0.9
ウ. 15,000 円	12.7	2.4	1.4
エ. 10,000 円	31.5	13.7	7.5
オ. 9,000 円	1.4	0.9	0.9
カ. 8,000 円	5.6	5.7	3.7
キ. 7,000 円	3.3	9.4	6.5
ク. 6,000 円	1.4	8.5	6.5
ケ. 5,000 円	15.5	18.4	19.2
コ. 4,500 円	1.4	2.8	1.4
サ. 4,000 円	0.9	4.2	5.1
シ. 3,500 円	1.9	3.8	4.7
ス. 3,000 円	4.2	11.3	13.6
セ. 2,500 円	1.4	1.4	2.3
ソ. 2,000 円	3.3	7.1	8.4
タ. 1,500 円	0.5	3.8	4.7
チ. 1,000 円	1.9	3.3	8.4
ツ. 500 円	0.0	0.5	0.9
テ. 500 円以下	1.9	2.4	3.3

問 20. あなたが演劇を鑑賞する際に、観に行ってもよいと思える“会場までの移動時間”の上限は何時間ですか。以下の3つの条件について、それぞれ当てはまる選択肢を1つだけお答えください。 n=217

	絶対に見たい公演	出来れば見たい公演	気になった公演
ア. 泊りがけでも行く	15.2	0.5	0.0
イ. 片道5時間以上	0.9	0.0	0.0
ウ. 片道5時間	0.0	0.0	0.0

エ. 片道 4 時間	0.5	1.4	0.5
オ. 片道 3 時間	10.0	7.6	2.9
カ. 片道 2 時間	34.1	16.2	13.4
キ. 片道 1 時間半	21.3	19.0	13.9
ク. 片道 1 時間	14.2	34.8	31.1
ケ. 片道 45 分	0.9	7.1	9.1
コ. 片道 30 分	1.9	11.4	21.1
サ. 片道 15 分	0.0	0.5	2.9
シ. 片道 15 分以下	0.9	1.4	5.3

問 21. 以下の項目に当てはまると感じる演劇の鑑賞方法をすべてお答えください。

現地鑑賞：n=212 パブリックビューイング：n=196 テレビ放送：n=198

DVD・Blu-ray：n=202 動画配信サイト：n=196

	現地鑑賞	パブリックビューイング	テレビ放送	DVD・Blu-ray	動画配信サイト
ア. 演劇に集中できる	54.7	13.3	14.1	19.3	11.7
イ. 臨場感がある	83.5	12.8	2.0	4.5	1.5
ウ. 手頃な価格で鑑賞できる	5.7	47.4	41.4	41.6	39.3

エ. 思い出として残り後々まで楽しめる	36.8	18.4	8.1	14.4	3.6
オ. 好きな時間に楽しめる	0.0	37.2	79.8	83.7	83.7
カ. 周囲の人と感情を共有することができる	22.6	27.0	16.2	15.8	11.7
キ. 非日常的な体験ができる	43.4	14.3	4.5	5.0	4.6

■ 最後に、あなたご自身のことについてお伺いいたします。

F1. あなたの学年をお知らせください。 n=216

1. 1年生 **31.5** 2. 2年生 **25.9** 3. 3年生 **24.5** 4. 4年生 **18.1**

F2. あなたの性別をお知らせください。 n=213

1. 男性 **34.1** 2. 女性 **63.6** 3. その他 **0.5**

F3. あなたは実家暮らしですか。一人暮らしですか。 n=216

1. 実家暮らし **65.7** 2. 一人暮らし **33.8** 3. その他 **0.5**

F4. あなたは演劇経験がありますか。

※授業でのみ演技経験がある場合は「ない」を選択してください。 n=217

1. ある **15.7** 2. ない **83.9** 3. その他 **0.5**

質問は以上になります。ご協力いただき誠にありがとうございました。