

実践『ペルソナ』通信 (No. 105)

「イヤホン」に関する調査

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学生を対象に、女子大学生の「イヤホン」についてアンケート調査を実施しました。

※実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学人間社会学部における「統計学科（担当：竹内光悦）」のゼミ生を中心に組織され、実践女子大学生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を研究する研究会です。

はじめに

女子大生が日ごろから使っている必需品として「イヤホン」があります。自宅、移動時間と「イヤホン」を使用する機会は多く、その形態や機能も様々です。そこで今回の調査では、イマドキの女子大生が使用している「イヤホン」について調べていきます。

総括

今回の調査を通して、実践女子大生はイヤホンを平均して2、3個所持しており完全ワイヤレス型が好まれる傾向にありました。Apple 製品を使用している人が多いため、白いイヤホンの使用率が高くなっています。5,000円未満のイヤホンを使用している人は有線が多く、スマートフォン購入時に付属していたものを使用していると考えられます。また、完全ワイヤレスは値段が高いものから低いものまであり、有線よりも値段の幅が広いことがわかりました。

Topics

- (1) 女子大生はみんなイヤホンを所持している
- (2) 完全ワイヤレス型が人気で、その中でも Apple 製品を使用している人が多い
- (3) 購入する際はインターネットの口コミを参考にするが、家電量販店で購入する人が多い
- (4) 買い替えを検討するタイミングは壊れたとき
- (5) 接続するデバイスはスマートフォンが多い
- (6) 5000円未満のイヤホンを使用している人が多い
- (7) 付け心地を重視し、ブランドは重視しない傾向にある
- (8) 使用しているイヤホンに対する愛着度・満足度は高い
- (9) イヤホンの色は白が人気
- (10) 充電のタイミングは、バッテリー残量が少なくなったとき
- (11) コロナ前後のイヤホン使用量は変わらず、買い替えた人も少ない

調査担当者

実践『ペルソナ』研究会 門廣あみ・澤田咲里・島根由衣・藤橋美香

調査概要

- ・調査対象：実践女子大生 1～4 年生
- ・調査方法：Google フォームによるインターネット調査
- ・調査期間：2021 年 11 月 15 日（月）～11 月 22 日（月）
- ・有効回答者数：73 名
- ・回答者の属性：1 年生 38.4（%）、2 年生 15.1（%）、3 年生 39.7（%）、4 年生 6.8（%）

調査結果

(1) 女子大生はみんなイヤホンを所持している

イヤホンの使用状況を見てみると、99%もの人がイヤホンを所持し使用していることがわかりました（図1）。所持しているが使用していない人はいたものの、そもそも所持していないという人はいなかったため、女子大生にとってイヤホンは生活の必需品になっていると考えられます。イヤホンの所持数を見てみると、「2 個」とか回答した人は 48%（35 人）、「3 個」と回答した人が 30%（22 人）で約 8 割の人がイヤホンを 2～3 個所持していることがわかりました（図2）。2～3 個所持することで、失くしたときにも対応でき、使用できない場面がなくなると考えます。

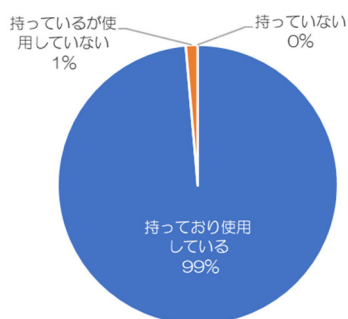


図 1.イヤホンの所持状況（N=73）

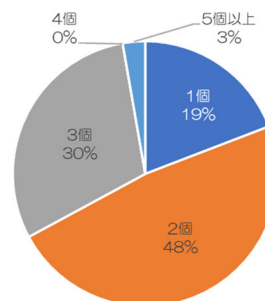


図 2. イヤホンの所持数（N=73）

(2)完全ワイヤレス型が人気で、その中でも Apple 製品を使用している人が多い

使用しているイヤホンの接続形式を調査したところ、「完全ワイヤレス」が59%と最も多く、「有線」は33%、「ワイヤレス（左右一体型）」は8%となりました（図3）。また使用しているイヤホンのメーカーには「Apple」が多くあがっており、他には「SONY」、「Anker」、「BOSE」といった大手電機メーカーの名前が見られました（図4）。「不明」という回答も少なくなかったため、特定のメーカーへのこだわりの有無がはっきりと表れるような結果となりました。

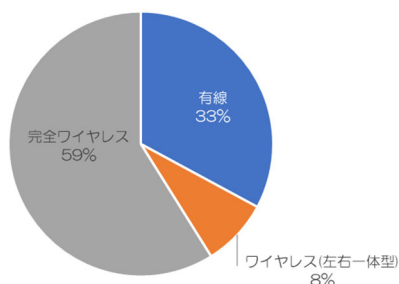


図3.使用しているイヤホンの接続形式
(N=73)

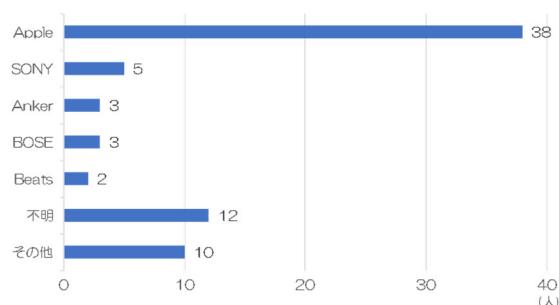


図4. 使用しているイヤホンのメーカー
(N=73)

(3)購入する際はインターネットの口コミを参考にするが、家電量販店で購入する人が多い

イヤホンを購入するにあたり参考にするものとして、「インターネットでの口コミ」が47%、「周囲の人の評価」が31%、「家電量販店の店員」が8%という結果になりました（図5）。一方で購入する場所を調査した結果、「インターネット」が38%、「家電量販店」が37%とほぼ並ぶ結果となりました（図6）。このことから、インターネットの口コミを参考にするものの、商品の購入は店舗であることがわかりました。

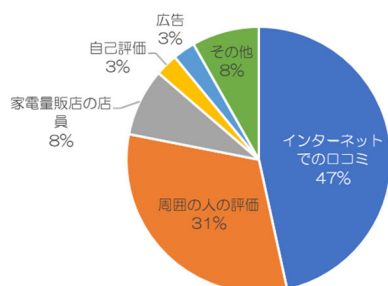


図5.イヤホン購入時に参考にするもの
(N=73)

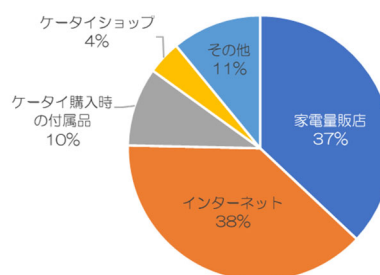


図6.イヤホンの購入場所 (N=73)

(4) 買い替えを検討するタイミングは壊れたとき

「壊れたとき」と回答した人が69%（50人）と最も多く、次いで「機能性に不満を感じたとき」が22%（16人）、「紛失したとき」5%（4人）、「新型が発売されたとき」3%（2人）、「特に考えていない」1%（1人）という結果でした（図7）。スマートフォンの新型発売時はかなり話題になり、新型が出る度に買い替える人も多いと思いますが、イヤホンに関しては壊れたときに買い替える人が多いことがわかりました。

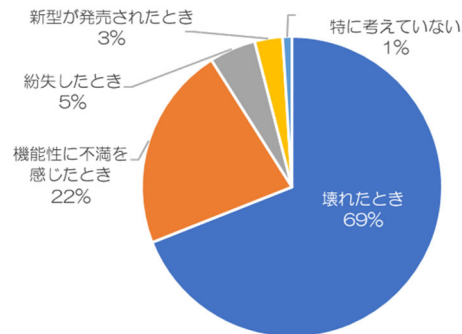


図7.買い替えを検討するタイミング（N=73）

(5) 接続するデバイスはスマートフォンが多い

「スマートフォン」回答した人が92%（67人）と最も多から次いで「パソコン」「タブレット端末」がそれぞれ3%（2人）、「ゲーム機」「音楽プレイヤー」がそれぞれ1%（1人）という結果でした（図8）。新型コロナウイルスの影響でオンライン授業などパソコンやタブレット端末を利用する機会が増えましたが、スマートフォンと接続する人が最も多かったです。

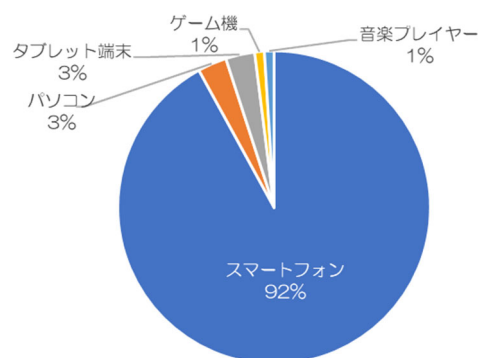


図8.イヤホンを最も接続するデバイス（N=73）

(6) 5,000 円未満のイヤホンを使用している人が多い

普段使用しているイヤホンの値段を調査したところ、「5,000 円未満」と回答した人が 40%、「5,000 円以上 10,000 円未満」と回答した人が 19%、「10,000 円以上 20,000 円未満」と回答した人が 23%という結果となり、5,000 円未満のイヤホンを使用している人が多いことがわかりました（図9）。「5,000 円未満」と回答した人が多い理由として、スマートフォン購入時に付属していたものを使用していることが考えられます。

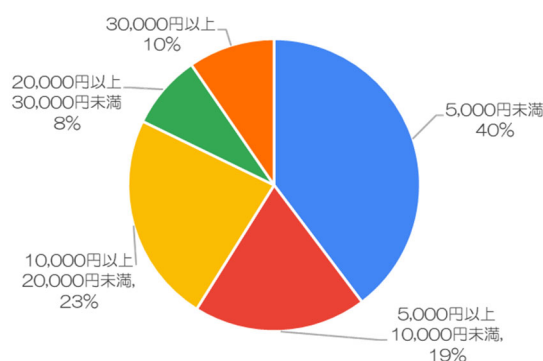


図9. イヤホンの値段 (N=73)

(7) 付け心地を重視し、ブランドは重視しない傾向にある

イヤホンを購入する際に重視するポイントを聞いたところ、「付け心地」を「重視している」「やや重視している」と回答した人が最も多く、次いで「値段」「音質」が多く、「ブランド」を重視している人が最も少ない結果になりました（図10）。しかし、それぞれの項目に大きな差がないことから、全てのポイントを重視してイヤホンを購入していると考えられます。

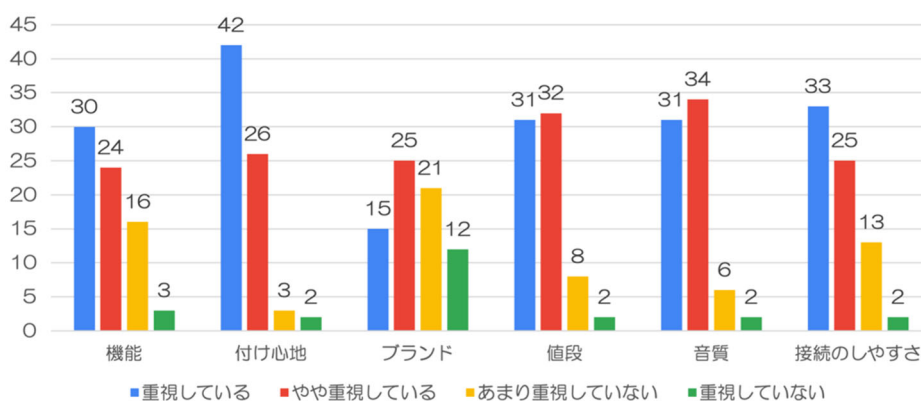


図10. イヤホン購入時に重視するポイント (N=73)

(8) 使用しているイヤホンに対する満足度・愛着度は高い

使用しているイヤホンに対する満足度について調査したところ、「5点」と回答した人が27人と最も多く、次いで「4点」22人、3点「18人」「2点」5人、「1点」1人という結果になりました（図11）。また、愛着度についても調査したところ、「5点」30人と最も多く、次いで次いで「4点」が20人、「3点」14人、「2点」5人、「1点」が4人という結果になりました（図12）。このことから、使用しているイヤホンに対する満足度・愛着度のどちらも高いことがわかりました。

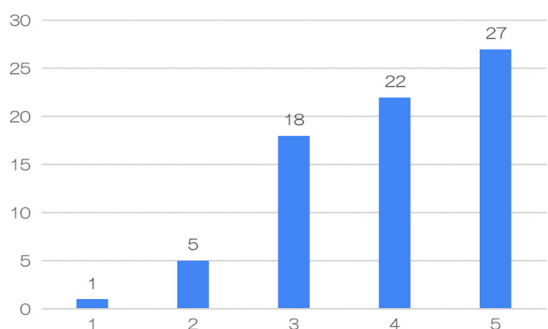


図11. イヤホンの満足度 (N=73)

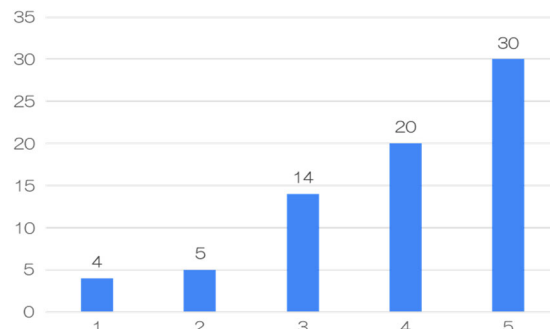


図12. イヤホンの愛着度 (N=73)

(9) イヤホンの色は白が人気

イヤホンの色について調査したところ、「白」と回答した人が67%（48人）と最も多く、次いで「黒」が18%（13人）とシンプルな色が上位にあり、その他カラフルな色が下位に来る結果となりました（図13）。このことから、日常的に使うイヤホンは洋服などにも合わせやすいシンプルな色が好まれる傾向にあることがわかりました。

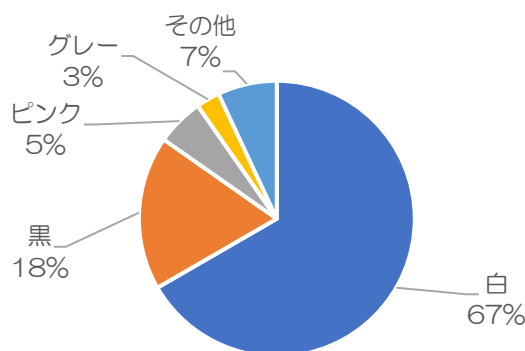


図13. 使用しているイヤホンの色 (N=73)

(10) 充電のタイミングは、バッテリー残量が少なくなったとき

イヤホンを充電するタイミングについて調査したところ、「バッテリー残量が少なくなったとき」と回答した人が40%（29人）と最も多く、続いて「有線イヤホンを使用している」が29%（21人）、「充電が切れた時」が13%（10人）という結果となりました（図14）。このことからバッテリーの量によって充電するタイミングを決めていることがわかりました。

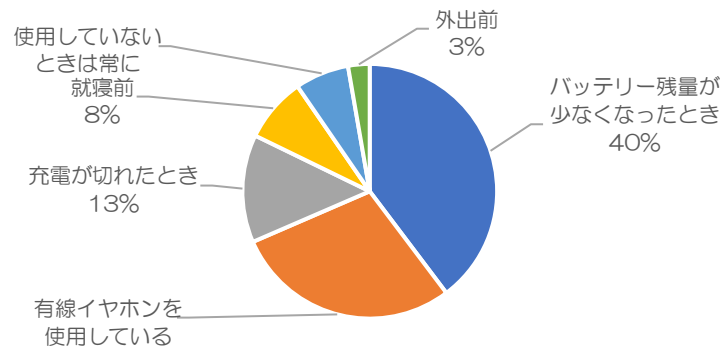


図14.イヤホンを充電するタイミング (N=73)

(11) コロナ前後のイヤホン使用量は変わらず、買い替えた人も少ない

新型コロナウイルスの影響でイヤホンの使用頻度について調査したところ、「変わらない」が54%（39人）と最も多く、次に「増えた」が38%（28人）多い結果となり、「減った」が8%（6人）と低い結果となりました（図15）。このことからコロナ禍によりオンライン授業が増え、イヤホンの使用頻度が増えたものの女子大生は以前から使用していたことがわかりました。また、コロナ後にイヤホンを買ったかについて調査したところ、「買った」が32%（23人）、「買っていない」68%（50人）という結果になりました（図16）。使用量と同様に、コロナの影響で新しくイヤホンを買った人は少ないことがわかりました。

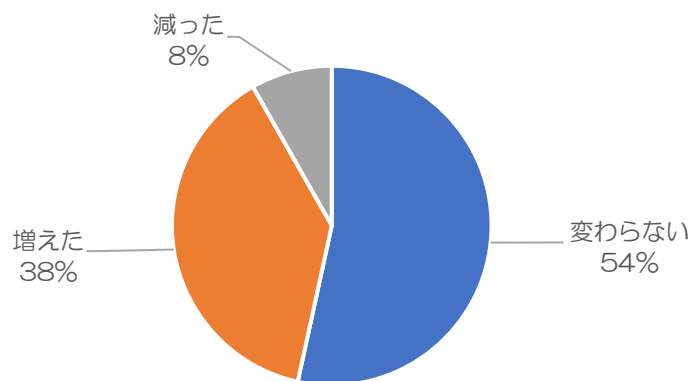


図15.コロナ前後のイヤホンの使用量の変化 (N=73)

考察

今回の調査から女子大生のほとんどがイヤホンを所持していることがわかりました。所持数は平均 2~3 個であり、場面での使い分けや紛失した際の予備として複数所持していることが考えられます。イヤホンのメーカーは「Apple」が最も多く、それ以外では特にメーカーへのこだわりは見られませんでした。またイヤホンの接続形式で最も多かったのが、コードの煩わしさを感じない「完全ワイヤレス」であり、次点で多かったのは充電の手間が省ける「有線」という結果になりました。購入する際はインターネットの口コミや周囲の評価を参考に、実店舗で購入する傾向があることがわかりました。買い替えを検討するタイミングについては、壊れたときに検討する人が最も多く、次に機能性に不満を感じたときが多いという結果になりました。流行に敏感な女子大生ですが、新型発売はイヤホン買い替えの動機には繋がらないことがわかりました。コロナの影響でパソコン・タブレット端末の需要が増加しましたが、イヤホンを接続するデバイスはスマートフォンが9割以上と最も多かったです。

「5,000 円未満」と回答した人が多い理由として、有線やスマートフォン購入時に付属していたものを使用していることが考えられます。「5,000 円未満」以外の項目にはばらつきが見られましたが、その要因として完全ワイヤレスの値段の幅広さが考えられます。完全ワイヤレスの商品は有線と比較して値段の高いものから低いものまで売られており、選択範囲が広がっているため、自分に合った好きなイヤホンを購入することができると考えられます。また自分に合ったイヤホンを購入することができる点はイヤホンの満足度、愛着度にも関連していると考えます。

イヤホンの色は半数以上が「白」と回答し、次に多いのが「黒」でありシンプルなデザインが好まれる傾向にありました。日常的に使う機会が多いイヤホンは洋服などにも合わせやすいものが需要が高いことがわかります。また、イヤホンを充電するタイミングは「バッテリー残量が少なくなったとき」が最も多く、バッテリーを確認して充電するタイミングを考えていると思われる。そして新型コロナウイルスの影響で使用量は「変わらない」が半数以上、「増えた」が次に多い結果となりオンライン授業などによって頻度は増えたものの、コロナ以前からイヤホンを使用する機会が多かったことが推測されます。そしてコロナ後にイヤホンを買い替えた人は3割程度で、使用量と同様にコロナの影響によって新しいイヤホンに買い替えた人は少ないことがわかりました。