

# マネゴ総研定期レポート

2016年1月

デジタルカメラ業界調査

2016年1月29日

**マネゴ総研**

produced by 株式会社Aoi. Pro

# 調査概要

調査目的	デジタルカメラブランドの印象、ブランド認知、広告認知、および推奨意向とそのポジティブ要因の解明
調査方法	スマートフォンリサーチ
調査地域	全国(47都道府県)
調査対象	13～69歳
有効回答数	1,506人
調査日時	2016年1月2日～1月15日
対象ブランド	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ニコン</li><li>2. キヤノン</li><li>3. オリンパス</li><li>4. ルミックス</li><li>5. ソニー</li><li>6. 富士フィルム</li><li>7. ペンタックス</li><li>8. リコー</li></ol>
調査内容	<p>8つのデジタルカメラブランドに関して、以下の構成によるアンケート調査を実施した。</p> <p>Q1 現在利用しているデジタルカメラブランド Q2 メディア別の広告閲覧経験 Q3 広告タレントの認知度 Q4 ブランドイメージ Q5～20 個別ブランドの推奨意向 個別ブランドのポジティブ要因</p> <p>Q1～4は、デジタルカメラブランドの利用実態と認知に関する設問、Q5～20は個別ブランドのARS(Active Recommender Score)を測るための設問である。</p>
ARSの計算方法	<p>スマートフォンリサーチであることを考慮し、本調査では5段階スケールによって推奨意向を調査している。</p> <p>推奨の度合いを「(強)1～5(弱)」と設定し、1～2の回答者を「推奨者」、3の回答者を「中立者」、4～5の回答者を「批判者」と定義して、以下の計算式でARS(Active Recommender Score)を算出した。</p> $ARS = \text{推奨者の割合}(\%) - \text{中立者の割合}(\%) - \text{批判者の割合}(\%)$ <p>日本人のサンプルは、中立的な回答を行う傾向があるため、中立者と批判者を合わせて「非推奨者」と捉え、『推奨者と非推奨者の差が推奨意向である』という定義のもとに、ARSを算出している。</p>

---

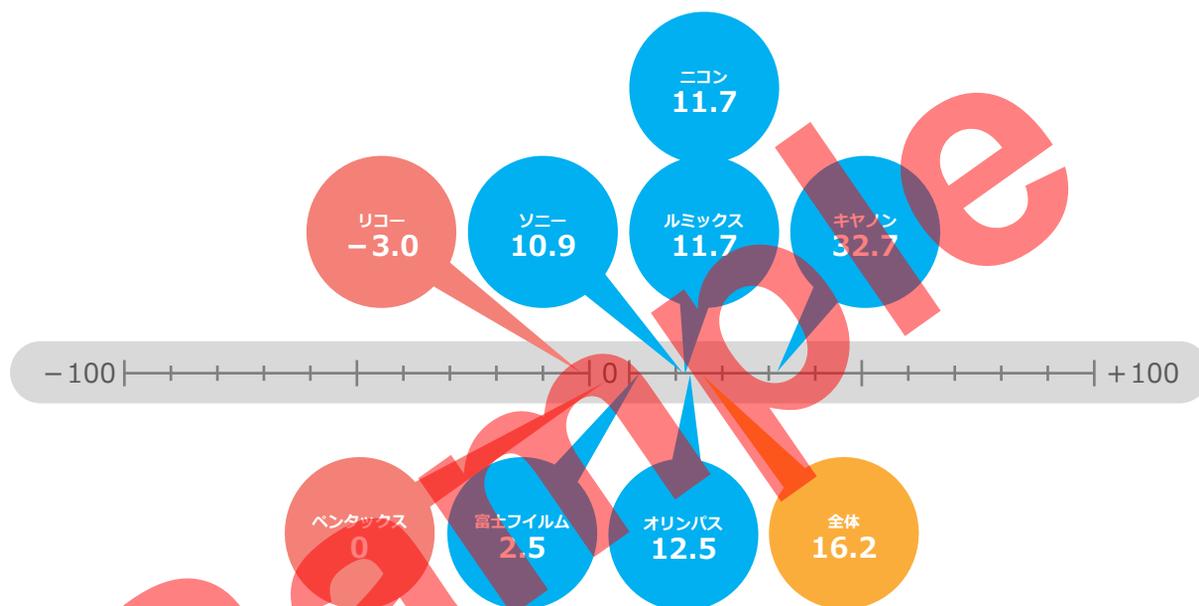
**ARS(推奨意向)**

Sample

# デジタルカメラブランドのARS

有効回答数1,506人のうち、デジタルカメラを利用する1,019人に対して、推奨度(友人や知人に利用を薦める度合い)を調査した。その結果から、ARS(Active Recommender Score)を集計したところ、以下のような結果となった。

## デジタルカメラ 8ブランドのARS



順位	ブランド名	推奨者	非推奨者		ARS
			中立者	批判者	
-	全体 (n=1019)	58.1%	37.1%	4.8%	16.2
1	キヤノン (n=300)	66.3%	32.0%	1.7%	32.7
2	オリンパス (n=112)	56.3%	39.3%	4.5%	12.5
3	ニコン (n=111)	55.9%	36.0%	8.1%	11.7
3	ルミックス (n=145)	55.9%	38.6%	5.5%	11.7
4	ソニー (n=202)	55.4%	38.6%	5.9%	10.9
5	富士フィルム (n=80)	51.3%	42.5%	6.3%	2.5
6	ペンタックス (n=36)	50.0%	50.0%	0.0%	0
7	リコー (n=33)	48.5%	36.4%	15.2%	-3.0

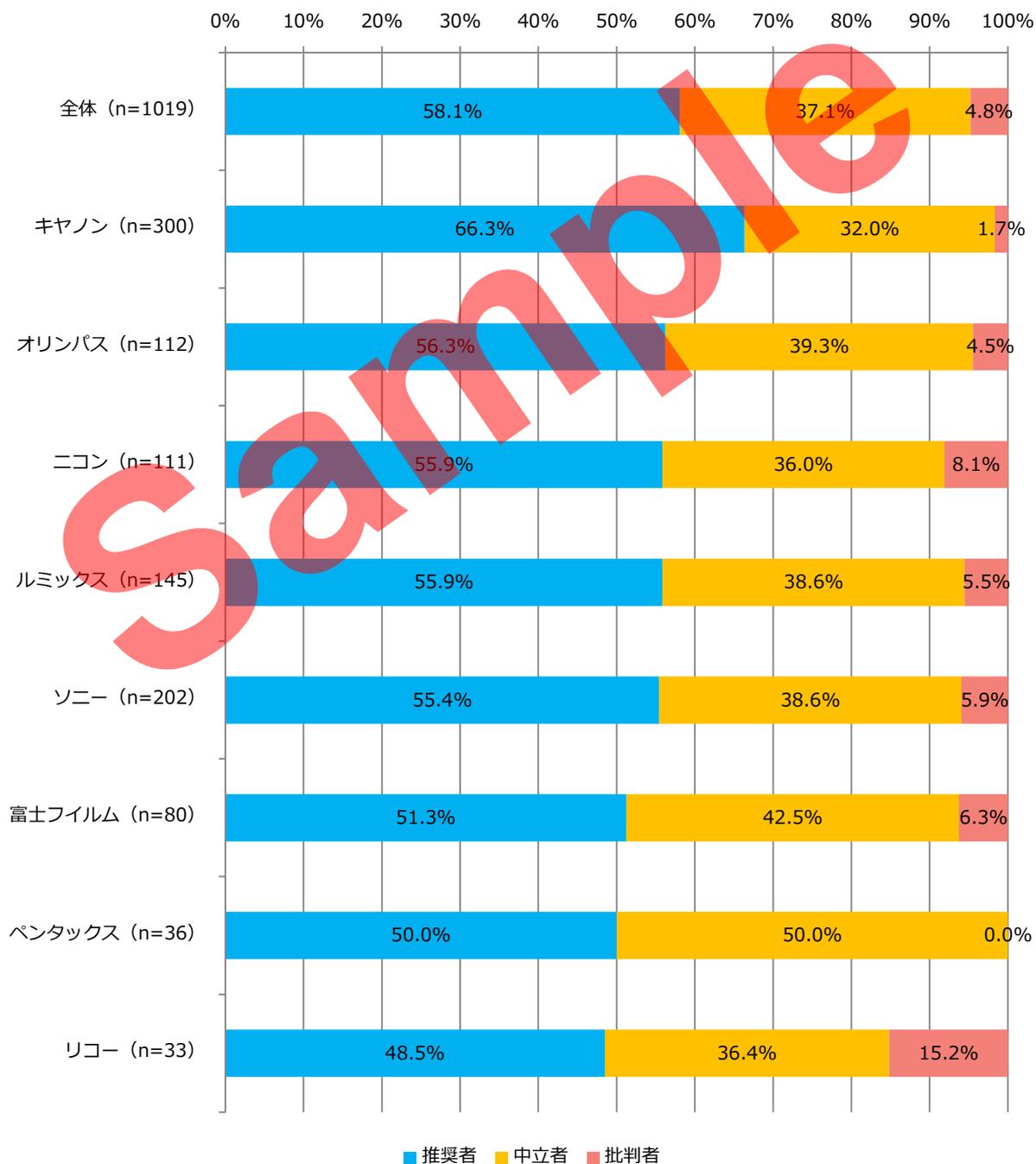
※ 推奨者・中立者・批判者の割合は、小数点第1位で四捨五入をして計算しているため、集計において若干の誤差がでることをご了承ください。

# 推奨者・中立者・批判者の割合

8ブランドの「推奨者」「中立者」「批判者」の割合をグラフにすると以下ようになる。

デジタルカメラブランドは、全体的に「推奨者」の占める割合が大きく、「批判者」の割合が小さいという傾向が見られる。

### 8ブランドにおける推奨者・中立者・批判者の割合



# ARSのポジティブ要因

デジタルカメラブランドのARSに好影響を与える「ポジティブ要因」を下表の通り設定し、デジタルカメラを利用するサンプル1,019人に対して調査を行った。自分が利用するデジタルカメラに対してどのような印象を持っているのか、下表の中から選択させた。

設問例：「(ブランド名)」を利用して、どのような印象を持ちましたか。該当しているものをすべて選んでください。

1. カメラ自体の作りが良く扱いやすい
2. 手振れ補正・オートフォーカスなど優れた機能が充実している
3. レンズのバリエーションなど光学技術に長けている
4. フラッシュや防水ハウジング、ケースなどアクセサリが充実している
5. ブランドイメージに好感が持てる
6. メーカーのウェブサイトが使いやすい
7. メーカー以外のウェブサイトに興味深い情報が多い
8. フォトコンテストやイベントが充実している
9. 撮影方法、撮影のコツなどの情報が充実している
10. 修理やアップデートなどのサポート対応が充実している
11. テレビCMや広告に好感が持てる
12. 上記以外の印象を持った
13. あてはまるものがない (※集計対象外項目)

No.	ポジティブ要因	略称
1	カメラ自体の作りが良く扱いやすい	カメラの扱いやすさ
2	手振れ補正・オートフォーカスなど優れた機能が充実している	カメラ機能の充実
3	レンズのバリエーションなど光学技術に長けている	光学技術
4	フラッシュや防水ハウジング、ケースなどアクセサリが充実している	アクセサリの充実
5	ブランドイメージに好感が持てる	ブランドイメージ
6	メーカーのウェブサイトが使いやすい	メーカーサイトの使いやすさ
7	メーカー以外のウェブサイトに興味深い情報が多い	外部サイトの充実
8	フォトコンテストやイベントが充実している	イベントの充実
9	撮影方法、撮影のコツなどの情報が充実している	撮影コンテンツの充実
10	修理やアップデートなどのサポート対応が充実している	サポートの充実
11	テレビCMや広告に好感が持てる	広告イメージ
12	上記以外の印象を持った	その他

# ポジティブ要因の回答率(1)

下表は、ARSに好影響を与えると思われる「ポジティブ要因」に関する調査結果である。各ネット証券会社において、**ポジティブ要因の回答数が占める割合(回答率)**を示している。なお、「推奨者」「中立者」「批判者」のすべての回答を集計の対象としている。

## 8ブランドのポジティブ要因が占める割合

	全体	キヤノン	オリンパス	ニコン	ルミックス	ソニー	富士 フィルム	ペン タックス	リコー
<b>ARS</b>	<b>16.2</b>	<b>32.7</b>	<b>12.5</b>	<b>11.7</b>	<b>11.7</b>	<b>10.9</b>	<b>2.5</b>	<b>0</b>	<b>-3.0</b>
回答者数(人)	1,019	300	112	111	145	202	80	36	33
カメラの扱いやすさ	28.9%	35.3%	27.7%	30.6%	29.7%	27.7%	18.8%	19.4%	9.1%
カメラ機能の充実	25.3%	28.3%	33.9%	31.5%	24.8%	22.3%	13.8%	8.3%	15.2%
光学技術	12.0%	13.0%	14.3%	18.0%	6.9%	9.9%	8.8%	11.1%	18.2%
アクセサリの充実	7.9%	7.0%	8.0%	9.9%	6.2%	7.9%	12.5%	5.6%	6.1%
ブランドイメージ	29.1%	35.3%	30.4%	31.5%	29.7%	27.2%	17.5%	16.7%	12.1%
メーカーサイトの使いやすさ	8.0%	8.0%	11.6%	5.4%	5.5%	8.4%	10.0%	11.1%	6.1%
外部サイトの充実	6.2%	5.7%	2.7%	8.1%	5.5%	6.9%	8.8%	5.6%	9.1%
イベントの充実	5.9%	8.0%	3.6%	7.2%	4.8%	4.0%	8.8%	0.0%	6.1%
撮影コンテンツの充実	10.3%	11.7%	9.8%	15.3%	4.8%	11.4%	8.8%	0.0%	15.2%
サポートの充実	8.7%	10.0%	8.0%	9.0%	5.5%	8.9%	7.5%	13.9%	9.1%
広告イメージ	16.7%	18.3%	21.4%	16.2%	20.7%	14.9%	8.8%	8.3%	9.1%
その他	1.0%	1.0%	3.6%	0.9%	0.7%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%

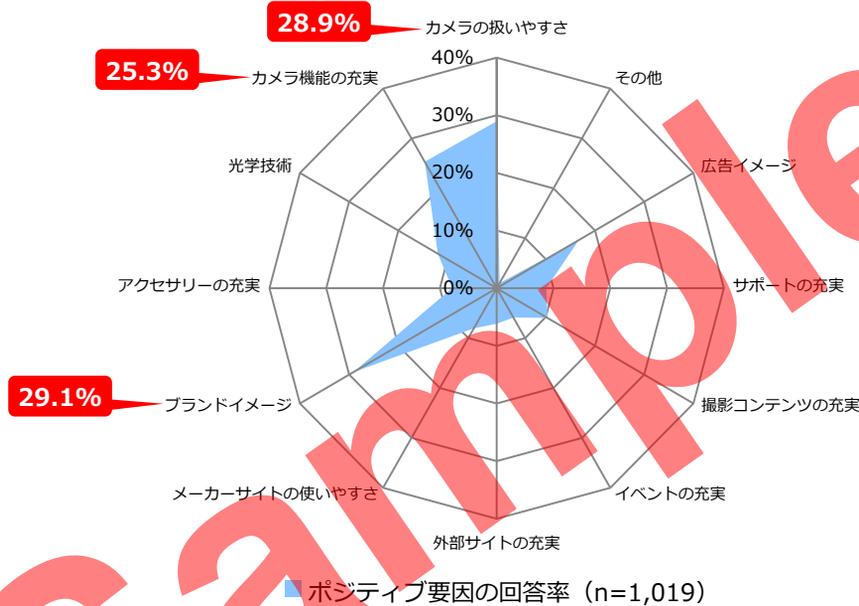
※ ポジティブ要因の回答率は、小数点第1位で四捨五入をして計算しているため、集計において若干の誤差がでることをご了承ください。

# ポジティブ要因の回答率(2)

ブランド全体のポジティブ要因をレーダーチャートで表すと、下図のようになる。

「ブランドイメージ(29.1%)」「カメラの扱いやすさ(28.9%)」「カメラ機能の充実(25.3%)」という3つの要因への回答率が高いことがわかる。

## ブランド全体のポジティブ要因



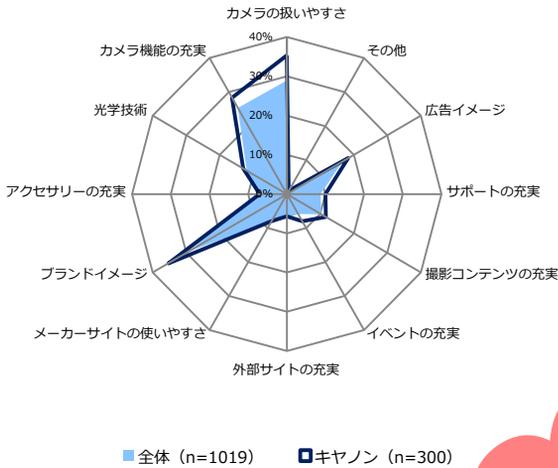
## ポジティブ要因の順位

順位	項目	略称	数値
1	ブランドイメージに好感が持てる	ブランドイメージ	29.1%
2	カメラ自体の作りが良く扱いやすい	カメラの扱いやすさ	28.9%
3	手振れ補正・オートフォーカスなど優れた機能が充実している	カメラ機能の充実	25.3%
4	テレビCMや広告に好感が持てる	広告イメージ	16.7%
5	レンズのバリエーションなど光学技術に長けている	光学技術	12.0%
6	撮影方法、撮影のコツなどの情報が充実している	撮影コンテンツの充実	10.3%
7	修理やアップデートなどのサポート対応が充実している	サポートの充実	8.7%
8	メーカーのウェブサイトが使いやすい	メーカーサイトの使いやすさ	8.0%
9	フラッシュや防水ハウジング、ケースなどアクセサリーが充実している	アクセサリーの充実	7.9%
10	メーカー以外のウェブサイトに興味深い情報が多い	外部サイトの充実	6.2%
11	フォトコンテストやイベントが充実している	イベントの充実	5.9%
12	その他	その他	1.0%

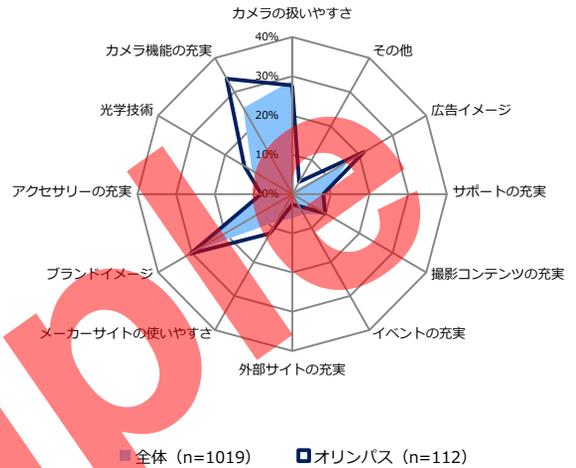
# ポジティブ要因 ARS 1~3位

ARS上位4ブランドのポジティブ要因をレーダーチャートで表すと、以下ようになる。

## 1位 キヤノン ARS=32.7



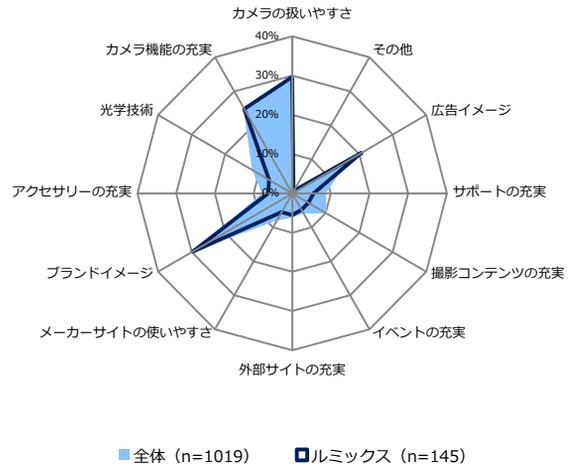
## 2位 オリンパス ARS=12.5



## 3位 ニコン ARS=11.7



## 3位 ルミックス ARS=11.7



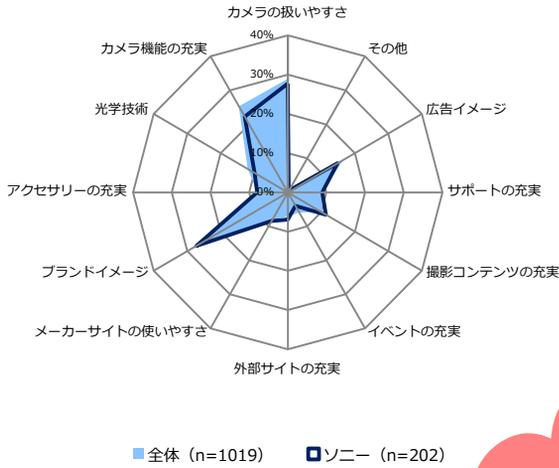
上位4ブランドは「**ブランドイメージ**」「**カメラの扱いやすさ**」「**カメラ機能の充実**」「**広告イメージ**」において高い数値を獲得している。

1位のキヤノンは、「**ブランドイメージ(35.3%)**」と「**カメラの扱いやすさ(35.3%)**」において最も高い数値を獲得している。キヤノンが他のブランドに比べてARSが高いのは、これら2つのポジティブ要因の好影響によるものと推測される。

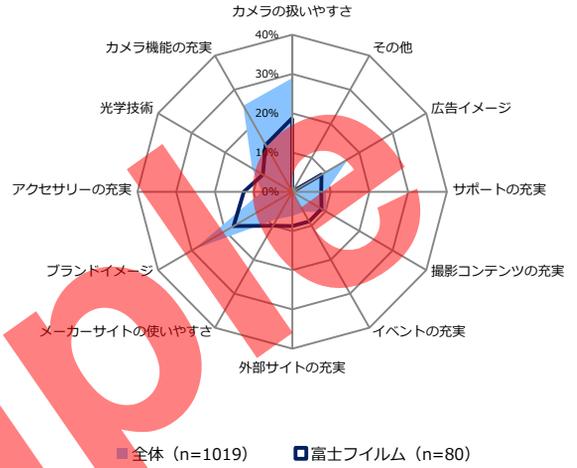
# ポジティブ要因 ARS 5~8位

ARS下位4ブランドのポジティブ要因をレーダーチャートで表すと、以下のようになる。

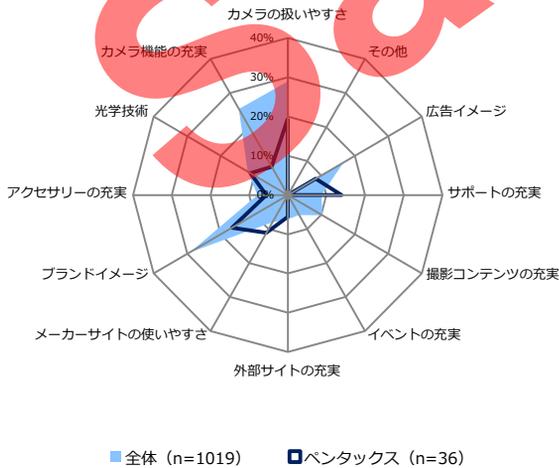
## 5位 ソニー ARS=10.9



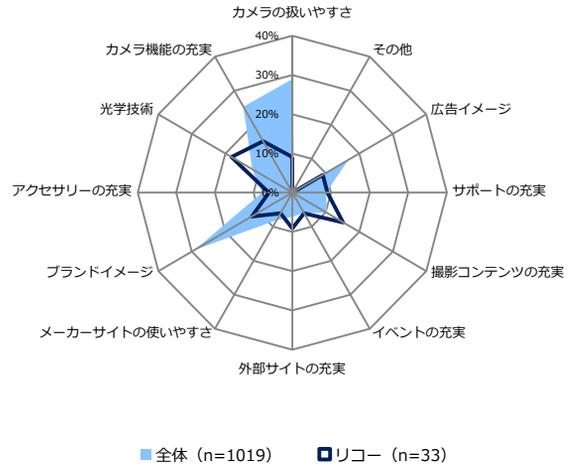
## 6位 富士フィルム ARS=2.5



## 7位 ペンタックス ARS=0



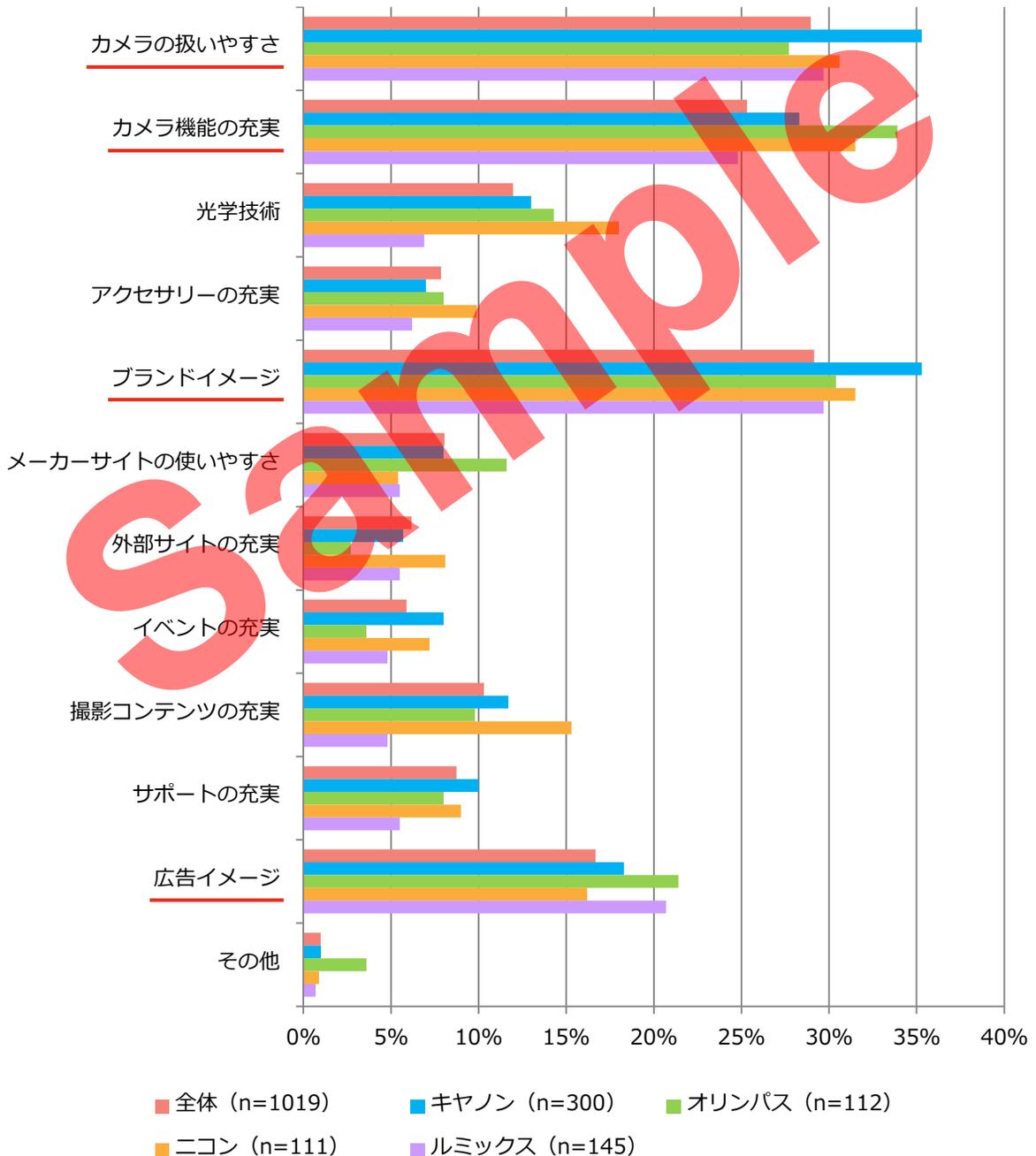
## 8位 リコー ARS=-3.0



# ポジティブ要因の分析

上位4ブランドにフォーカスしてポジティブ要因を分析すると、4ブランドは「**ブランドイメージ**」「**カメラの扱いやすさ**」「**カメラ機能の充実**」「**広告イメージ**」において、ブランド全体の同程度、またはそれ以上の回答率を獲得していた。これら4つのポジティブ要因は、ARSに強い影響を与えるものと考えられる。

### 上位4ブランドのポジティブ要因が占める割合



---

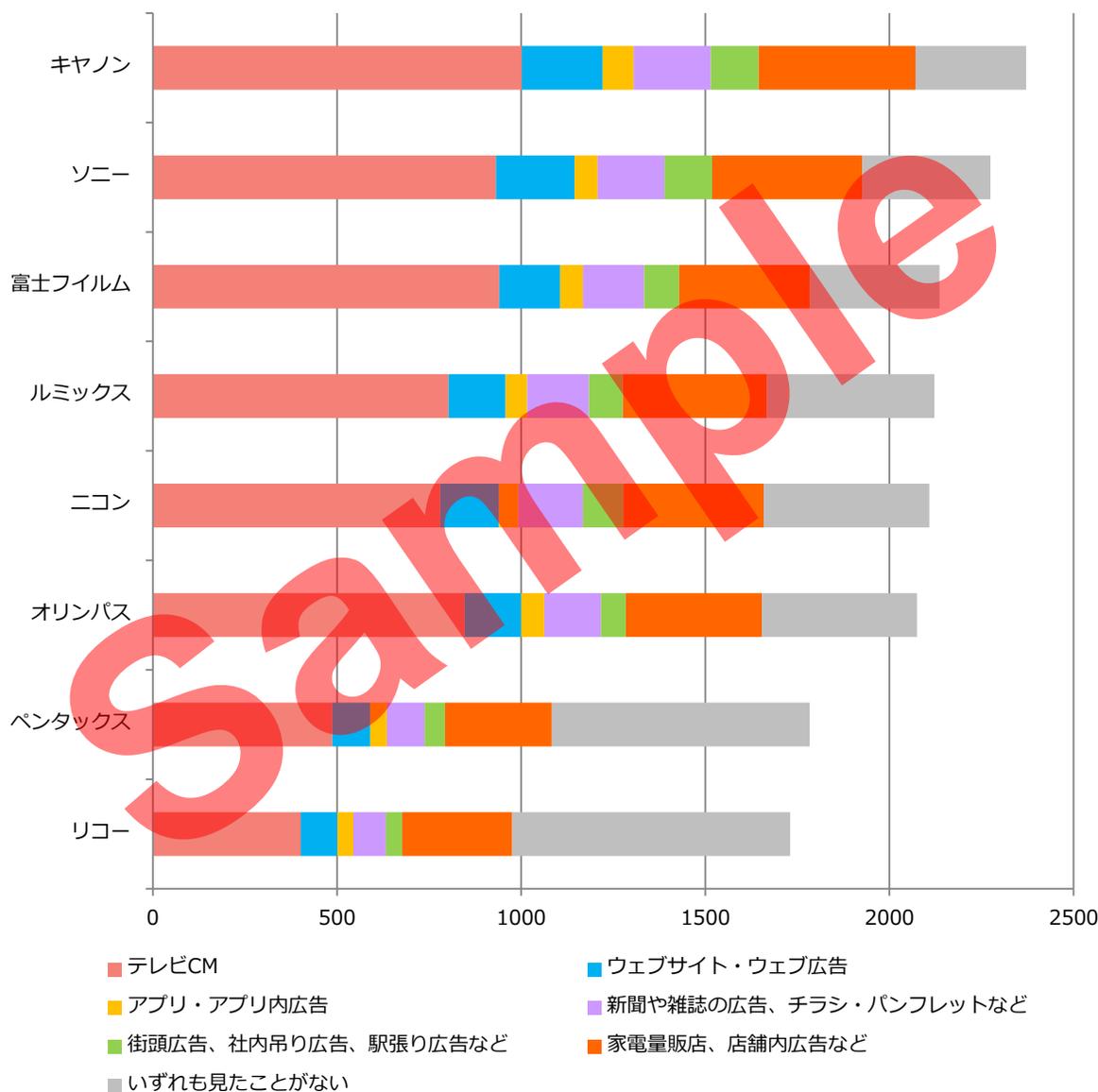
## 広告閲覧経験

Sample

# 広告閲覧経験

回答者1,506人に対する「8ブランドの広告閲覧経験」の調査結果は、以下のようになった。

## 8ブランドの広告閲覧経験



**1位 キヤノン**と**2位 ソニー**の**広告認知度は高く**、次いで 富士フィルム、ルミックス、ニコン、オリンパス と続く。3～6位までは差が見られない。

広告認知においては、テレビCMの影響力が大きい。また家電量販店や店舗内広告の影響も強いと思われる。

# 広告タレントの認知度

回答者1,506人に対する「8ブランドの広告タレント認知度」の調査結果は、以下ようになった。

