

2

ログデータからひも解く
“ひろがる生活”

上席研究員 新美妙子

メディア行動可視化分析

《ログ解析編》

**番組視聴時におけるスマートフォンでの
Web・アプリの同時接触を毎分で観測**



ログとは

ログとは？

「記憶」ではなく「記録」

音声収集デバイスで番組をマッチング。視聴行動を常時計測。



TV



PC

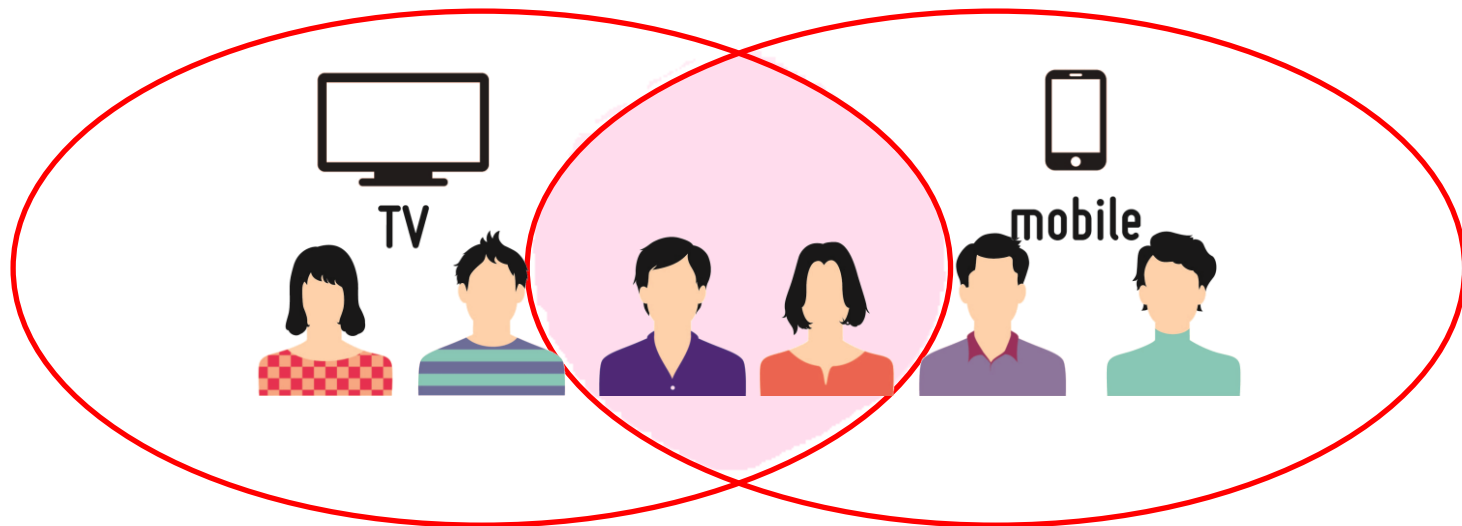


mobile

PCツール、モバイルアプリをインストール。Web・アプリ行動を常時計測。



テレビとモバイルのシングルソースパネル 1,500人規模のデータを分析



ログのひも解き方

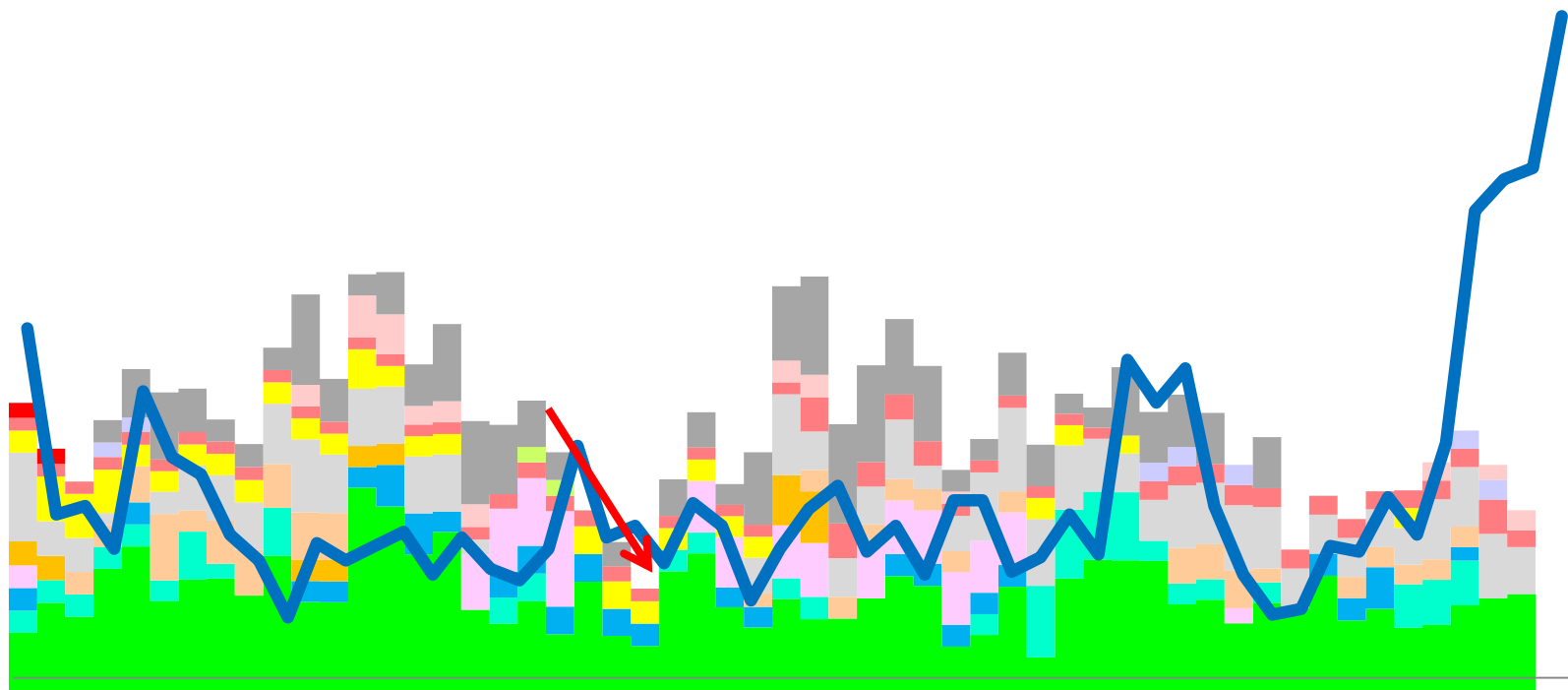


ドラマ視聴時の同時行動を可視化

昼顔

～平日午後3時の恋人たち～

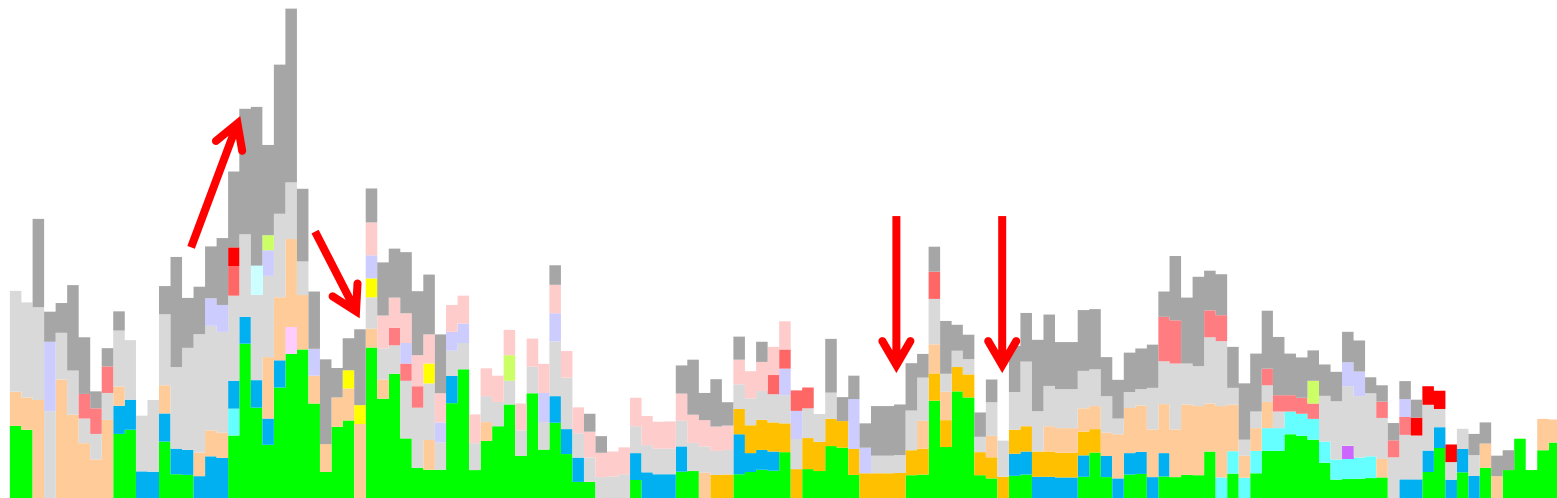
Web・アプリ同時接触率



時間(分)

王様のブランチ

Web・アプリ同時接触率

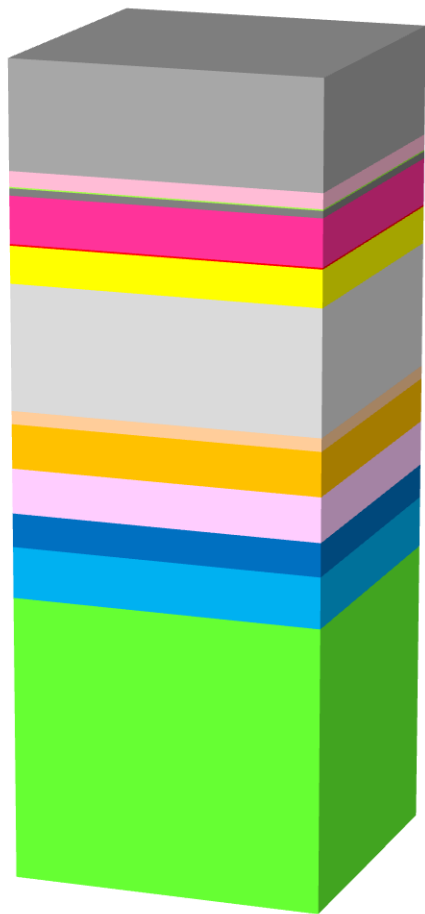


時間(分)



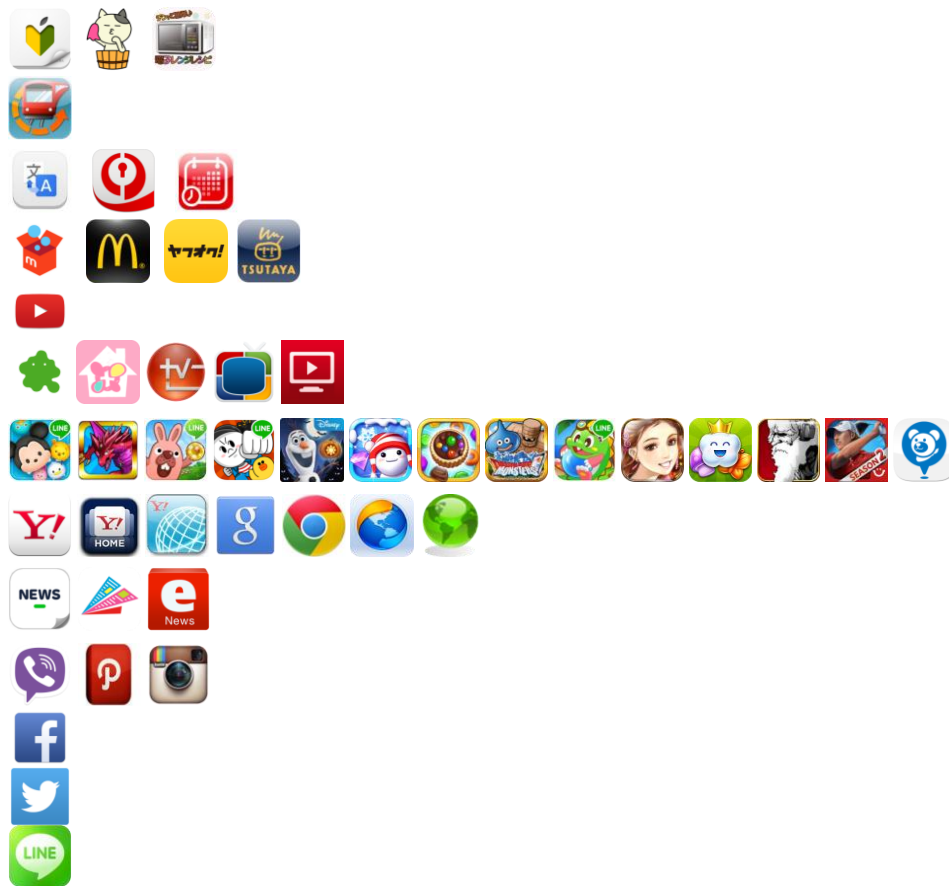
Web・アプリ行動の内容は

ドラマ「昼顔」



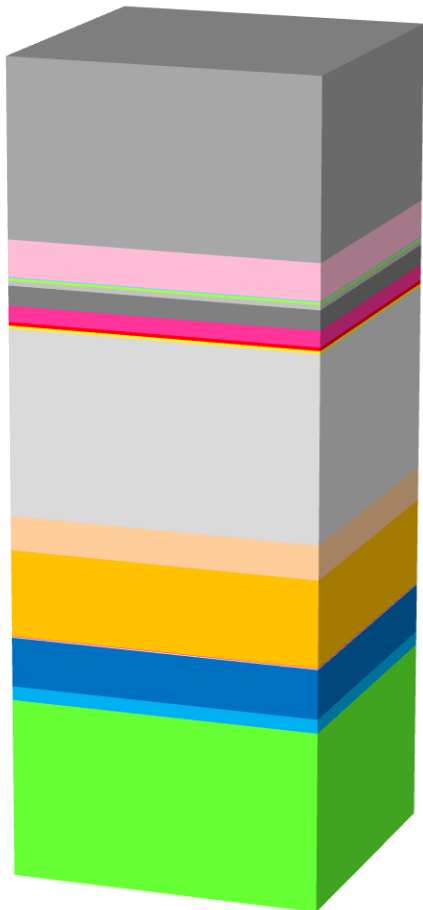
- Web (FB/TW除く)
- 生活
- 天気
- 乗換案内・地図
- ファイナンス
- ビジネスツール
- ショッピング・クーポン
- 動画
- エンタテイメント
- ゲーム
- 検索・ポータルサイト
- キュレーション
- メール
- SNS
- Facebook
- Twitter
- LINE

Web・アプリ行動



情報番組「王様のブランチ」

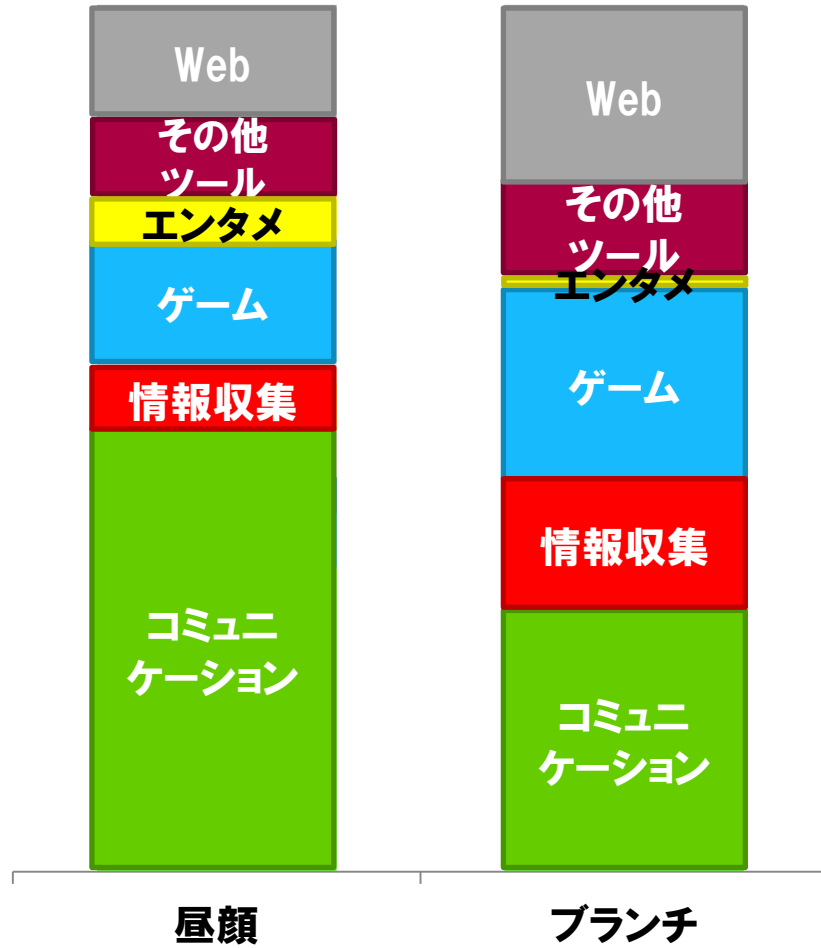
Web・アプリ行動



- Web (FB/TW除く)
- 生活
- 天気
- 乗換案内・地図
- ファイナンス
- ビジネスツール
- ショッピング・クーポン
- 動画
- エンタテイメント
- ゲーム
- 検索・ポータルサイト
- キュレーション
- メール
- SNS
- Facebook
- Twitter
- LINE



行動比較



- Web (FB/TW除く)
- 生活
- 天気
- 乗換案内・地図
- ファイナンス
- ビジネスツール
- ショッピング・クーポン
- 動画
- エンタテイメント
- ゲーム
- 検索・ポータルサイト
- キュレーション
- メール
- SNS
- Facebook
- Twitter
- LINE

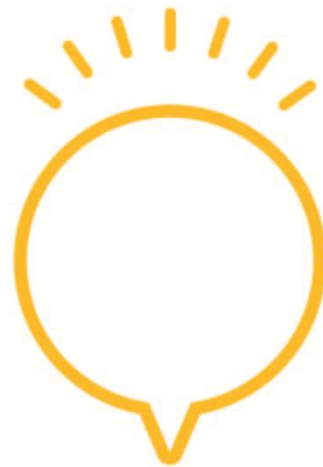
1日あたり 114.7分



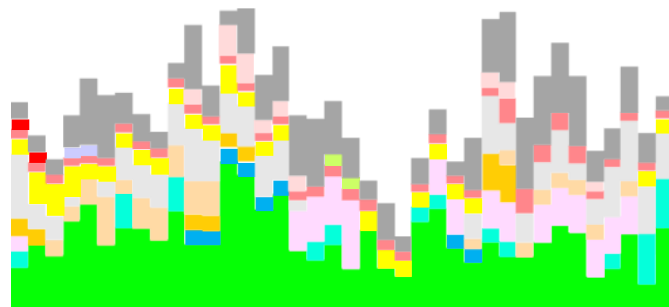


**スマートデバイスがもたらした
情報行動の変化とは**

ソーシャルメディアで「いいね！」をする



スマートデバイスを手にしたことにより、 増えた行動、新たに生まれた行動



メディア行動可視化分析

《情報行動編》

調査の概要

調査対象 15～69歳の男女 2,181人

調査実施 2014年10月3日～6日

調査エリア 1都6県

調査手法 インターネット調査

平成22年度実施国勢調査をもとに算出した
性・年代別の母集団構成比にあわせてウェイトバック



スマートデバイス利用者
15～69歳
男女 1,770人



ソーシャルメディアで「いいね！」をする

17.3%

20代女性 30.2%

スマートデバイス利用者ベース
全体1,770人
20代女性150人

気になることはすぐ調べる

10代男性	50.6%
60代女性	72.2%

スマートデバイス利用者ベース
10代男性 69人
60代女性109人

天気や交通情報はソーシャルメディアからとる

10代男性 31.7%

60代男性 45.9%

60代女性 45.6%

スマートデバイス利用者ベース

10代男性 69人、60代男性114人、60代女性109人

調べものをする時、知りたい情報と 違うことまで調べる

60代男性 19.4%

20代女性 38.1%

スマートデバイス利用者ベース
60代男性114人
20代女性150人

メディアで見聞きしたことをネットで調べる

10代男性 44.5%

20代女性 62.9%

スマートデバイス利用者ベース
10代男性 69人
20代女性150人

まとめサイトを見る

60代女性 4.4%

20代女性 43.6%

スマートデバイス利用者ベース
60代女性109人
20代女性150人

見逃したテレビ番組を動画で見る

60代女性 4.4%

10代男性 29.3%

スマートデバイス利用者ベース
60代女性109人
10代男性 69人

ソーシャルメディアでつぶやいたり、投稿する

60代女性 5.6%

10代女性 45.9%

スマートデバイス利用者ベース
60代女性 109人
10代女性 66人

知りたいことは複数の情報源で比較検討する

10代女性	30.2%
30代男性	47.3%

スマートデバイス利用者ベース
10代女性 66人
30代男202人

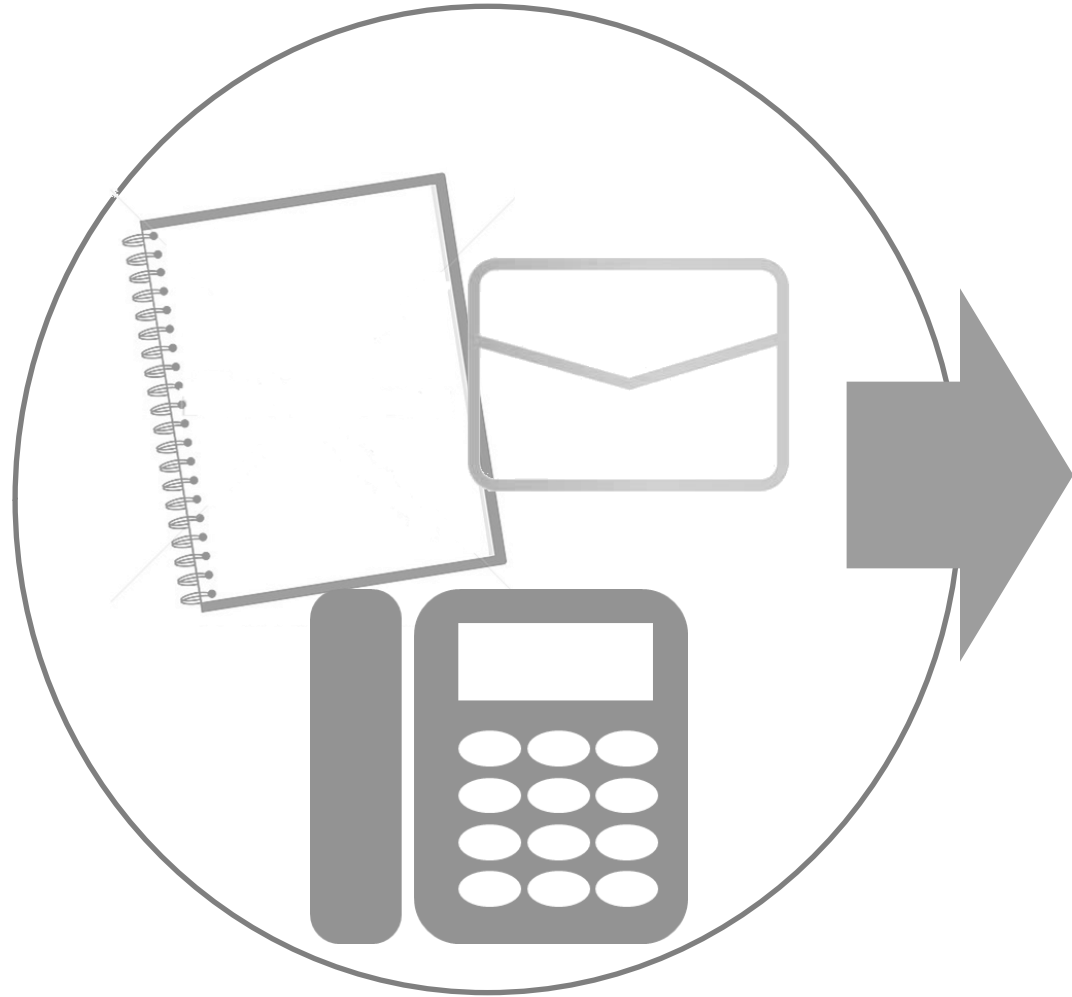
10代女性

ソーシャルメディアでつぶやきや投稿を見る
51.6%

写真を撮って人と共有する
47.8%

身の回りの出来事を人と共有する
35.8%

スマートデバイス利用者ベース 10代女性 66人



ネットでレシピを調べてすぐ料理する

60代男性 7.1%

60代女性 37.8%

スマートデバイス利用者ベース
60代男性114人
60代女性109人

ソーシャルメディアで盛り上がる番組は途中からでも見る

メディアで見聞きしたことをネットで調べる

ネットで評判を知ってテレビを見る

欲しいものの評判を調べる

メディアを見聞きしている時、ソーシャルメディアを見る

すぐに写真を撮る

話題のニュースは一通りおさえる

買い物は情報を集めてから買う

見逃したテレビ番組を動画で見る

自分の意見をソーシャルメディアにアップする

テレビ等を見聞きしている時、番組の関連情報を調べる

スポーツ観戦やライブ等はリアルタイムで見る方を選ぶ

話題の言葉を調べる

知りたいことは複数の情報源で比較検討する

ソーシャルメディアを使いながら、番組を見聞きする

ネットでレシピを調べてすぐ料理する

ニュースは関連ニュースまでおさえる

すぐにネットで予約する

写真を撮って共有する

調べる時、知りたい情報と違うことまで調べる

ソーシャルメディアで「いいね」をする

ソーシャルメディアでつぶやいたり投稿したりする

起こった出来事をすぐネットにアップする

見聞きしたことはすぐに人と共有する

自分の身の回りの出来事を人と共有する

友人や知人のつぶやきを見る時、自慢話をよく見かける

まとめサイトを見る

人からシェアされた情報を見る

話題のニュースは複数のメディアで情報を集める

天気や交通情報はソーシャルメディアからとる

ソーシャルメディアで友人等のつぶやきや投稿を見る

メディアで見聞きした場所に行く

気になることはすぐ調べる

ソーシャルメディアで盛り上がる番組は途中からでも見る

追っかけ欲求

見逃したテレビ番組を動画で見る

自分の見たい番組をソーシャルメディアにアップする

テレビ等を見聞きしている時、番組の関連情報を調べる

欲しいものの評判を調べる

スポーツ観戦やライブ等はリアルタイムで見の方を選ぶ

メディアを見聞きしている時、ソーシャルメディアを見る

話題の言葉を調べる

深掘り欲求

すぐに写真を撮る

知りたいことは複数の情報源で比較検討する

話題のニュースは一通り見る

ソーシャルメディアを使いながら、番組を見聞きする

買い物は情報を集めてから買う

ネットでレシピを調べてすぐ料理する

行動から見えてきた生活者の欲求

満たされ欲求

友人や知人のつぶやきを見る時、自慢話をよく見かける

まとめサイトを見る

共有された情報を見る

話題のニュースは複数のメディアで情報を集める

メディアで「いいね」をする

天気や交通情報はソーシャルメディアからとる

臨場欲求

出来事をSNSにアップする

友人等のつぶやきや投稿を見る

見聞きしたことはすぐに人と共有する

見聞きした場所に行く

身の回りの出来事を人と共有する

気になることはすぐ調べる



欲求の構造

追っかけ欲求



見逃したテレビ
番組を動画で見る

気になることは
すぐ調べる

追っかけ欲求



- 世の中の出来事を把握していきたい
- 流行っているものはおさえておきたい

満たされ欲求



ソーシャルメディア
でつぶやいたり、
投稿したりする

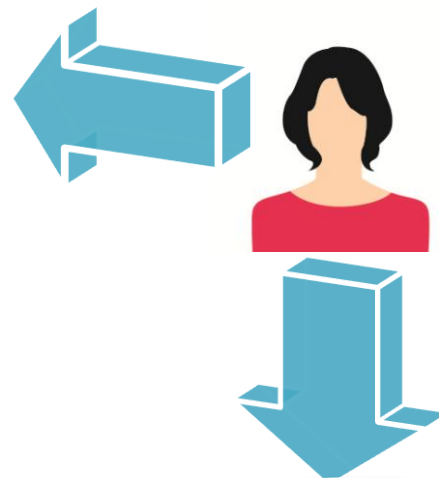
写真を撮って
人と共有する

満たされ欲求



- 話したい、知って欲しい
- 承認されたい

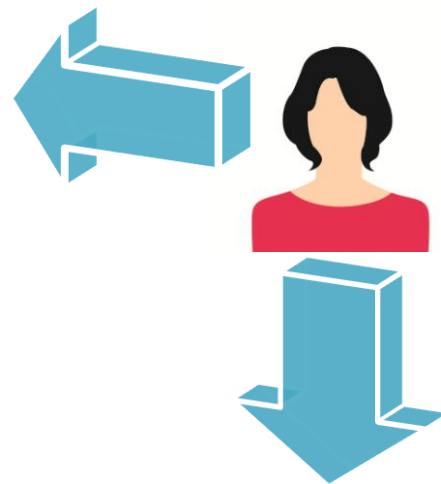
深掘り欲求



知りたいことは
複数の情報源で
比較検討する

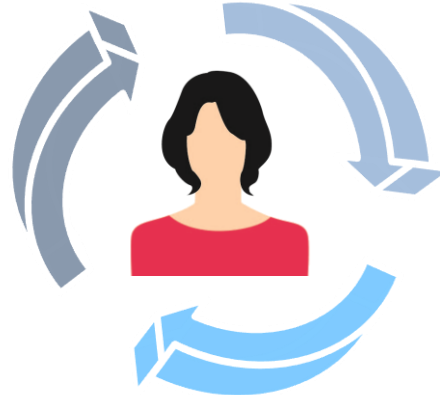
調べものをする時
知りたい情報と違
うことまで調べる

深掘り欲求



- 深く知りたい
- 関連情報もおさえておきたい

臨場欲求



・ワクワクする気持ちをわかちあいたい

ソーシャルメディア
で盛り上がる
番組は途中から
でも見る

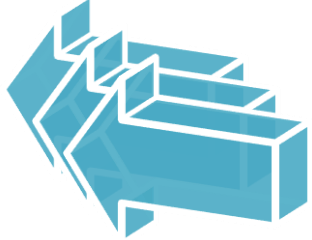
見聞きしたことは
すぐに人と共有
する

臨場欲求



- リアルな状況を把握したい

天気や交通情報は
ソーシャルメディア
からとる





すぐに行動が起こせる。



様々な行動につながる。

行動の短時間化

行動のシームレス化



