

# メディア環境の「イマ」 メディア定点調査(東京)

●  
2015



- 調査目的           メディア環境の変化に伴い、既存のメディア、新しく出現したメディアのライフステージを定点観測(俯瞰)し、市場形成の兆しを発見すること。
- 調査地区           東京都・大阪府・愛知県・高知県
- 調査対象者       15～69歳男女
- 調査方法           郵送調査法
- 標本抽出方法     RDD(Random Digit Dialing)
- 標本構成           2504サンプル  
                          (東京620、大阪632、愛知637、高知615)  
                          \*2014年住民基本台帳に基づき性年代でウェイトバックを実施
- 調査期間           2015年1月30日(金)～2月12日(木)
- 調査実施機関     (株)ビデオリサーチ

# サンプル構成(東京地区)

	発送数	回収数	ウェイトバック値
<b>男性</b> 15～19歳	63	52	53
20代	63	52	159
30代	62	53	210
40代	62	51	215
50代	60	54	150
60代	60	50	152
<b>女性</b> 15～19歳	62	50	50
20代	62	46	154
30代	60	55	199
40代	60	52	205
50代	60	55	142
60代	60	50	156
<b>合計</b>	<b>734</b>	<b>620</b>	<b>1844</b>

- ① メディア接触時間
- ② メディアイメージ
- ③ メディアサービス利用状況
- ④ デジタル機器利用状況
- ⑤ メディア視聴実態
- ⑥ ソーシャルメディア

# 調査結果

---

## (東京地区)

① **メディア接触時間**

② **メディアイメージ**

③ **メディアサービス利用状況**

④ **デジタル機器利用状況**

⑤ **メディア視聴実態**

⑥ **ソーシャルメディア**

# Q. あなたはふだん、自宅内・外を問わず、各情報メディアを、どのくらい見たり聞いたり利用したりしていますか(1日あたり)

- テレビ
- ラジオ
- 新聞(朝夕刊あわせて)
- 雑誌
- パソコン
- タブレット端末
- 携帯・スマートフォン

×

平日(月～金)  
土日

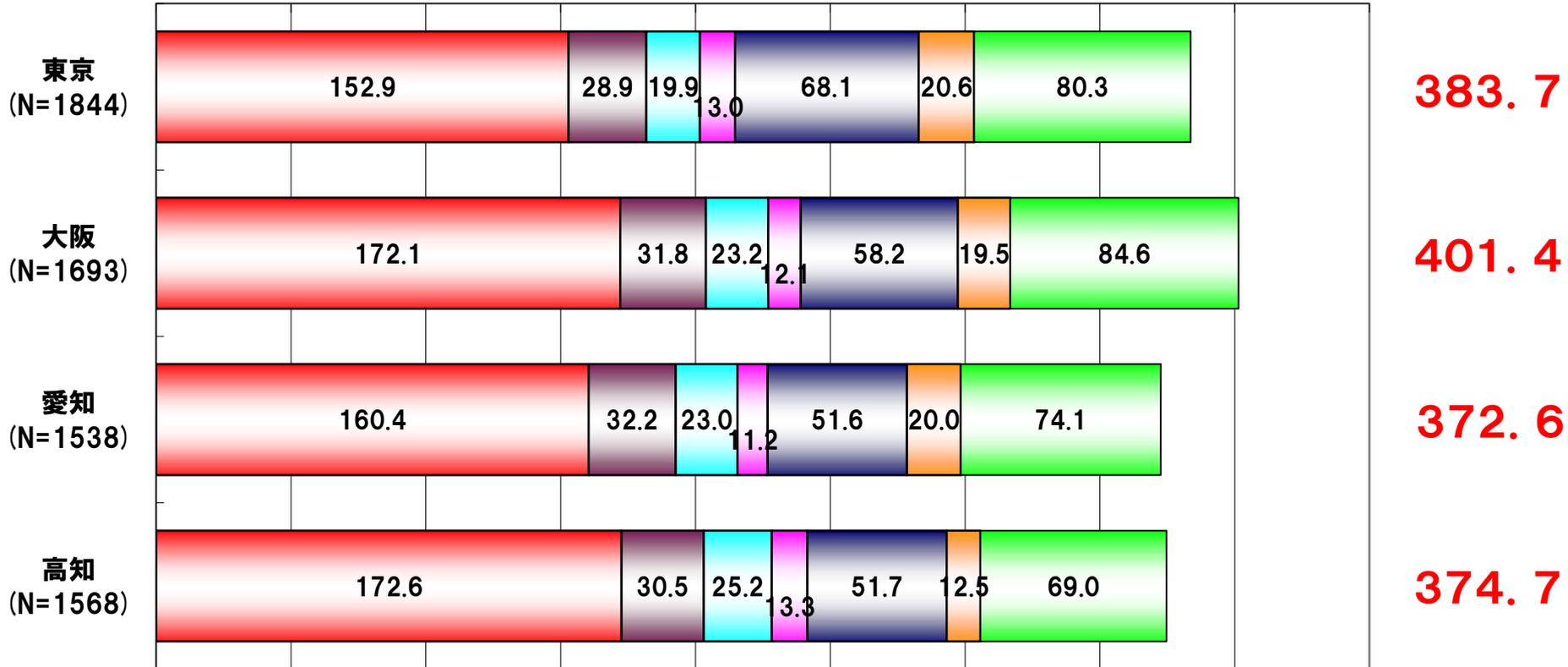
×

- 10分未満
- 10分～20分未満
- 20分～30分未満
- 30分～40分未満
- 40分～50分未満
- 50分～1時間未満
- 1時間～1時間30分未満
- 1時間30分～2時間未満
- 2時間～3時間未満
- 3時間～4時間未満
- 4時間～5時間未満
- 5時間以上
- 利用しない

# メディア接触時間

週平均・1日あたりの接触時間

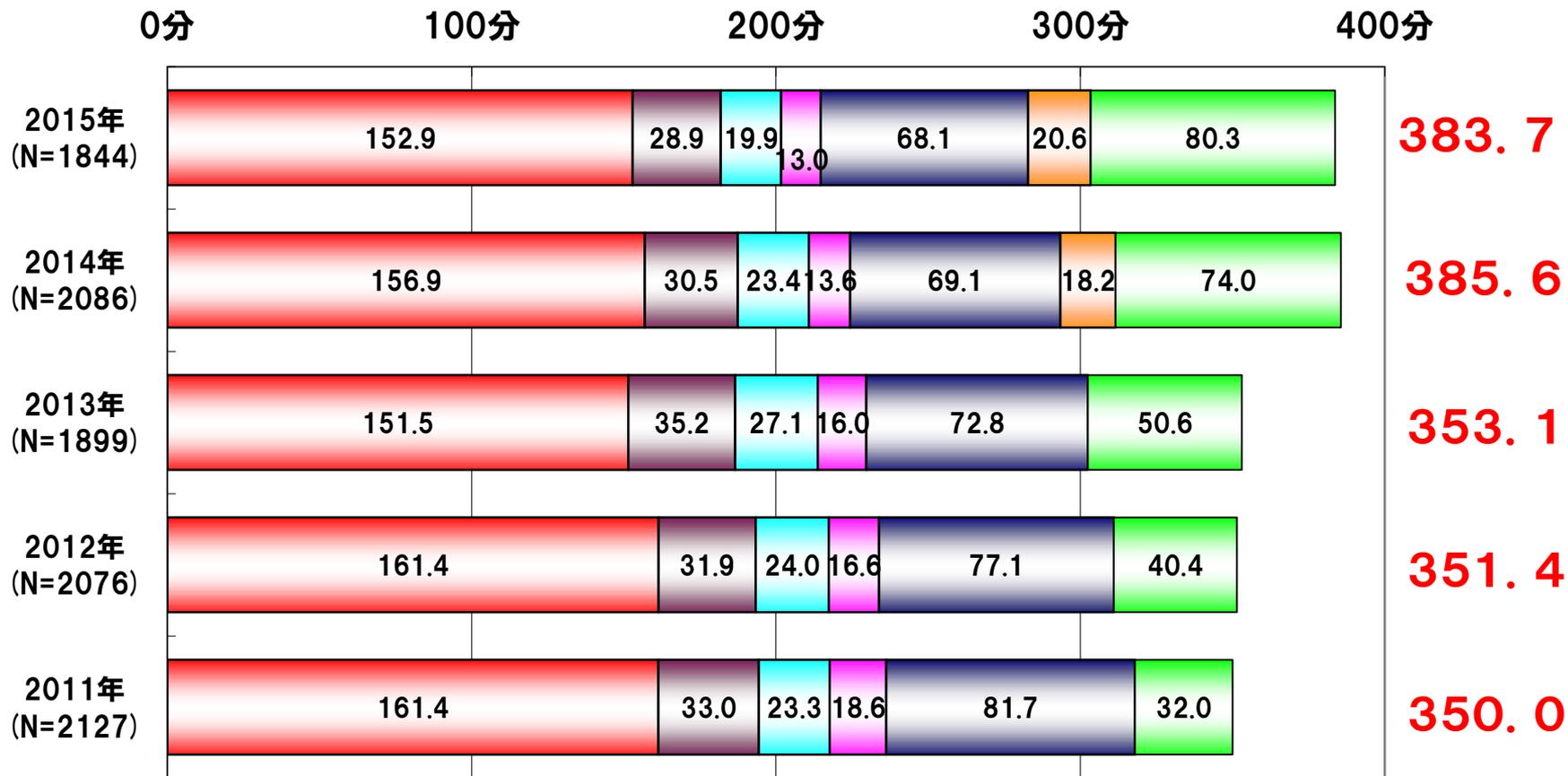
0分 50分 100分 150分 200分 250分 300分 350分 400分 450分



■ テレビ
 ■ ラジオ
 ■ 新聞
 ■ 雑誌
 ■ パソコン
 ■ タブレット端末
 ■ 携帯電話・スマートフォン

\*2014年より、「タブレット端末」を追加  
 \*「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、  
 「携帯電話(スマホ含む)からのインターネット」を「携帯(スマホ含む)」に表記を変更。

# メディア接触時間・時系列変化

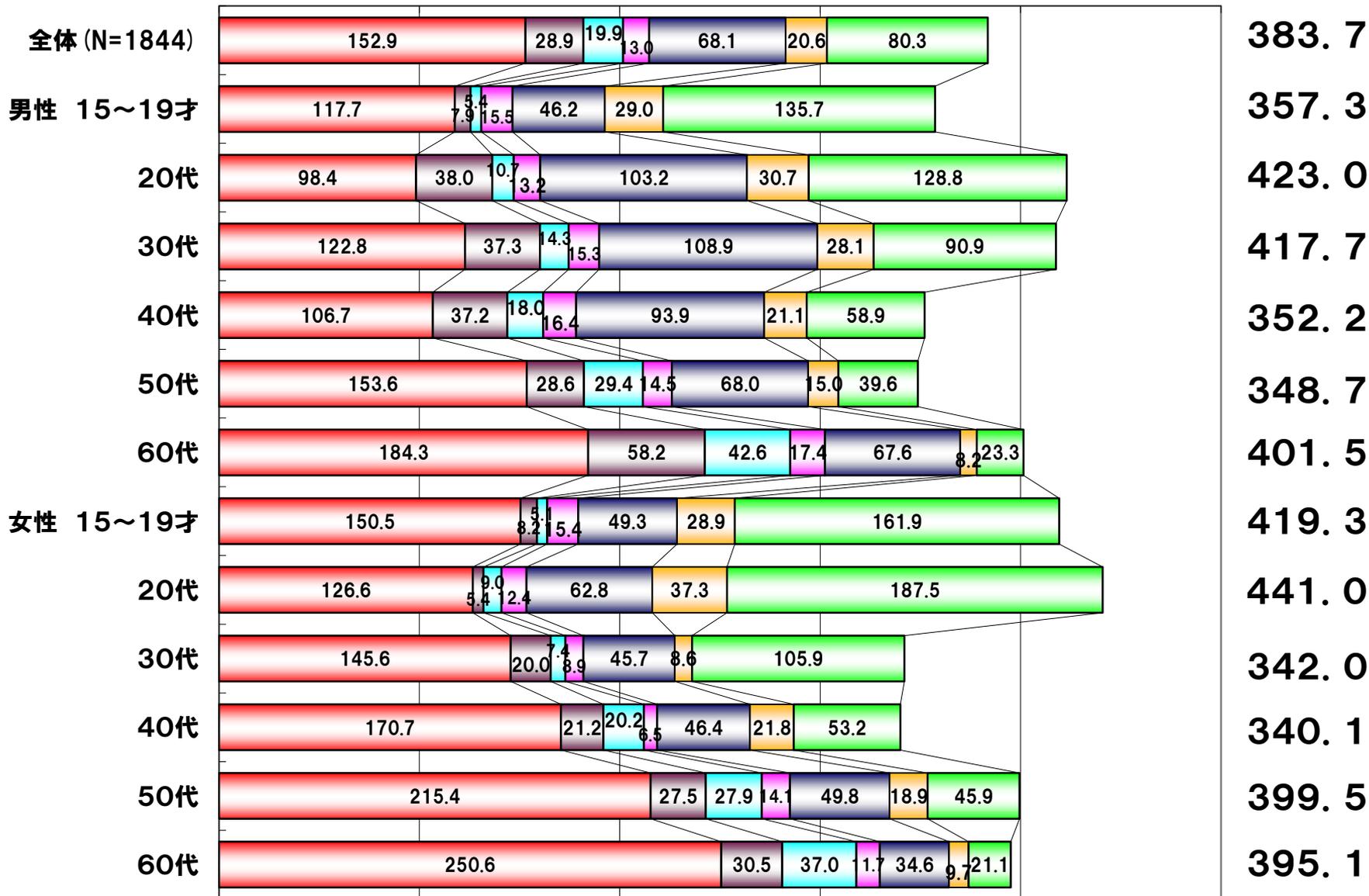


■ テレビ
 ■ ラジオ
 ■ 新聞
 ■ 雑誌
 ■ パソコン
 ■ タブレット端末
 ■ 携帯電話・スマートフォン

\*2014年より、「タブレット端末」を追加  
 \*「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、  
 「携帯電話(スマホ含む)からのインターネット」を「携帯(スマホ含む)」に表記を変更。

# メディア接触時間・性年齢別比較

0分                      100分                      200分                      300分                      400分                      500分



■ テレビ  
 ■ ラジオ  
 ■ 新聞  
 ■ 雑誌  
 ■ パソコン  
 ■ タブレット端末  
 ■ 携帯電話・スマートフォン

① メディア接触時間

② メディアイメージ

③ メディアサービス利用状況

④ デジタル機器利用状況

⑤ メディア視聴実態

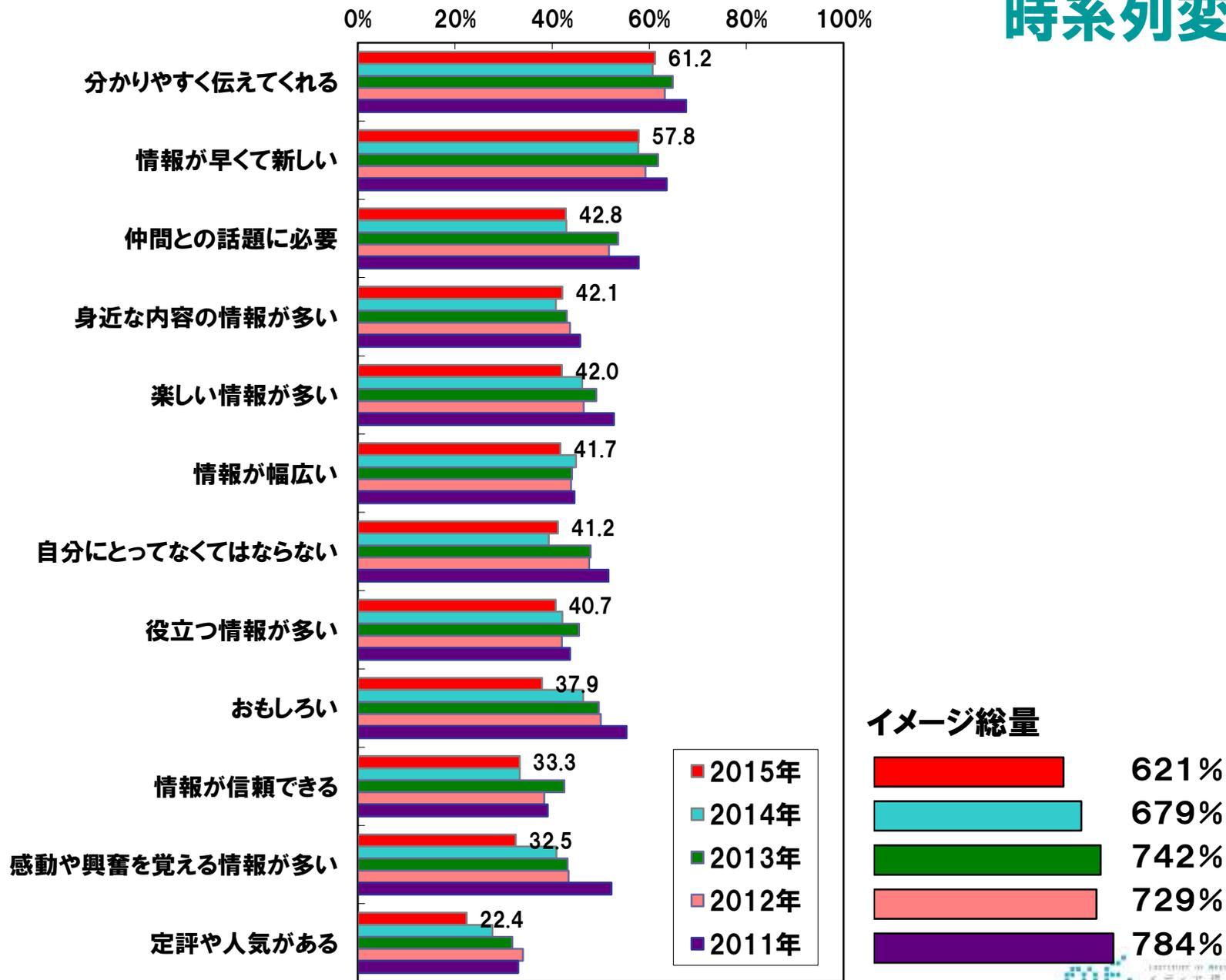
⑥ ソーシャルメディア

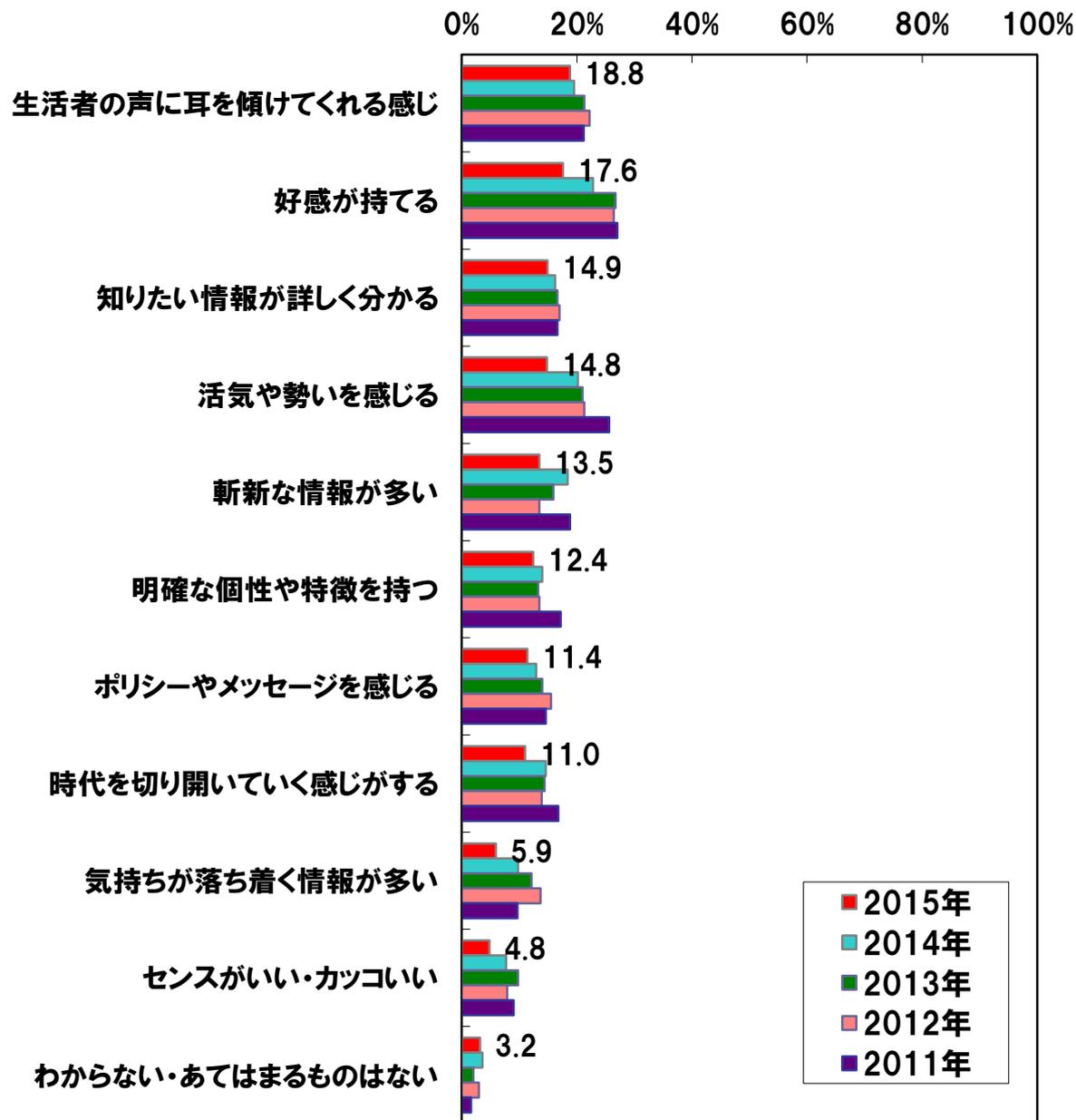
# Q. 次の各情報メディアについて、ご自分にとってあてはまるものをお知らせ下さい。

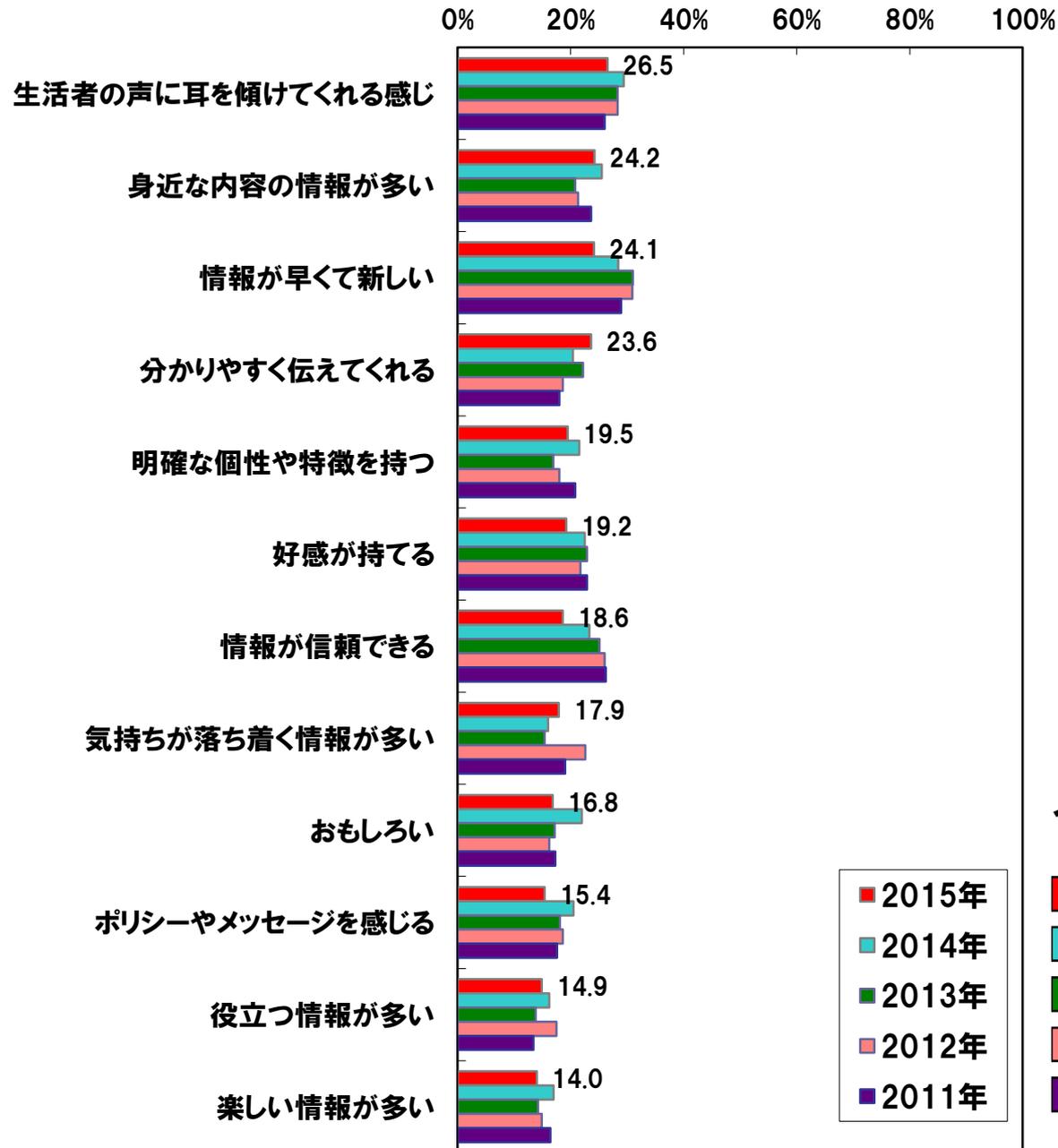
**テレビ ラジオ 新聞 雑誌 パソコン、携帯(スマホ含む)**

\*「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、  
「携帯電話(スマホ含む)からのインターネット」を「携帯(スマホ含む)」に表記を変更。

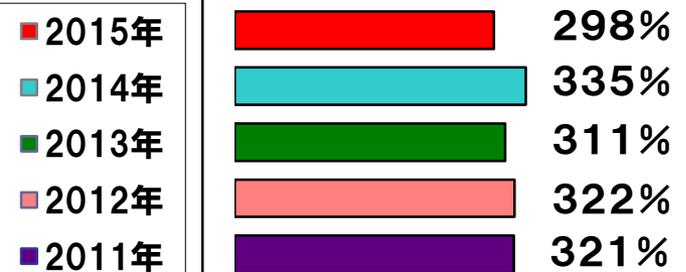
1. 情報が信頼できる
2. 情報が早くて新しい
3. 情報が幅広い
4. 分かりやすく伝えてくれる
5. 知りたい情報が詳しく分かる
6. 斬新な情報が多い
7. 身近な内容の情報が多い
8. 感動や興奮を覚える情報が多い
9. 役立つ情報が多い
10. 楽しい情報が多い
11. 気持ちが落ち着く情報が多い
12. 自分にとってなくてはならない
13. 仲間との話題に必要
14. おもしろい
15. ポリシーやメッセージを感じる
16. 明確な個性や特徴を持つ
17. 定評や人気がある
18. センスがいい・カッコいい
19. 活気や勢いを感じる
20. 時代を切り開いていく感じがする
21. 生活者の声に耳を傾けてくれる感じ
22. 好感が持てる
23. わからない・あてはまるものはない





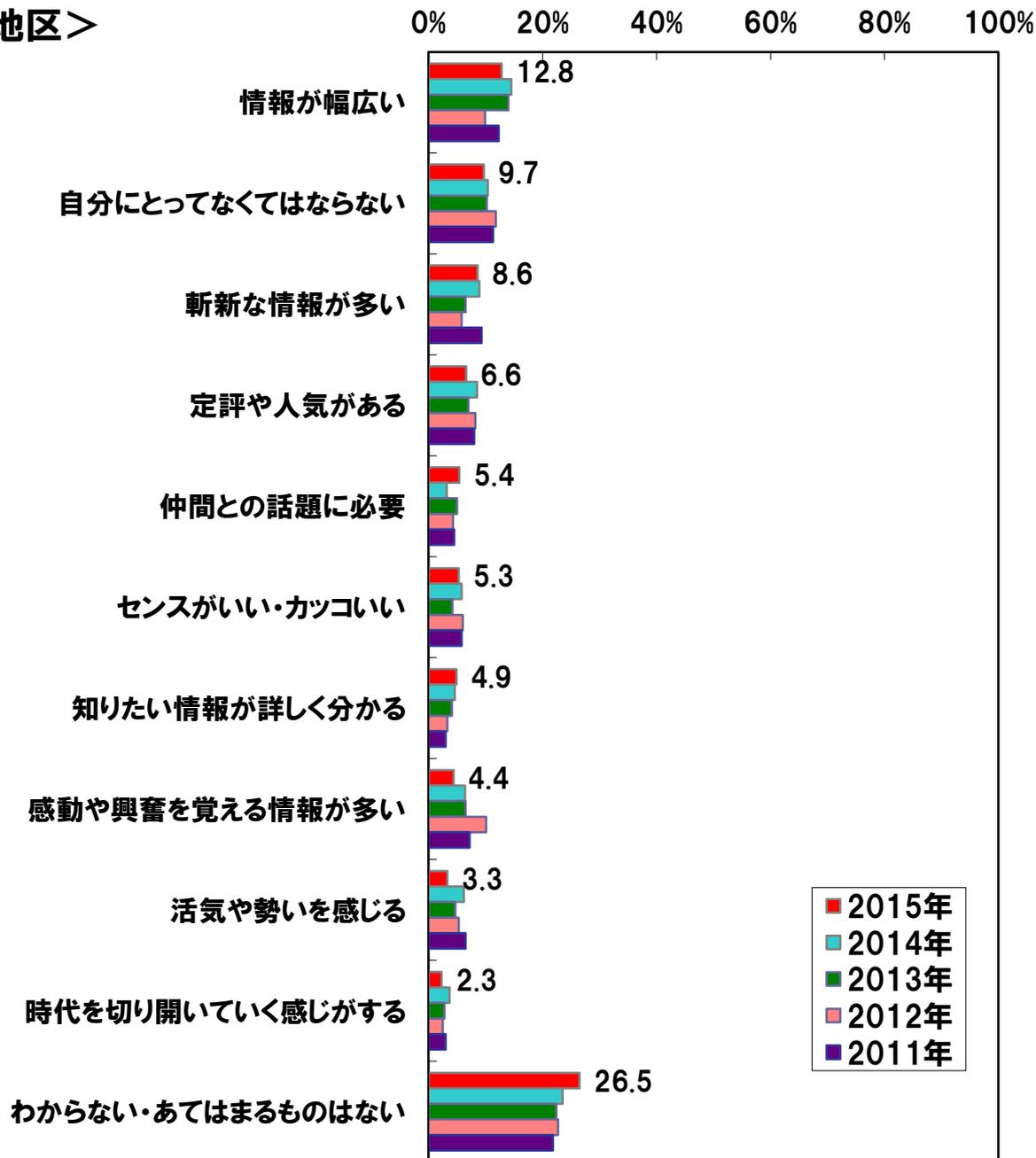


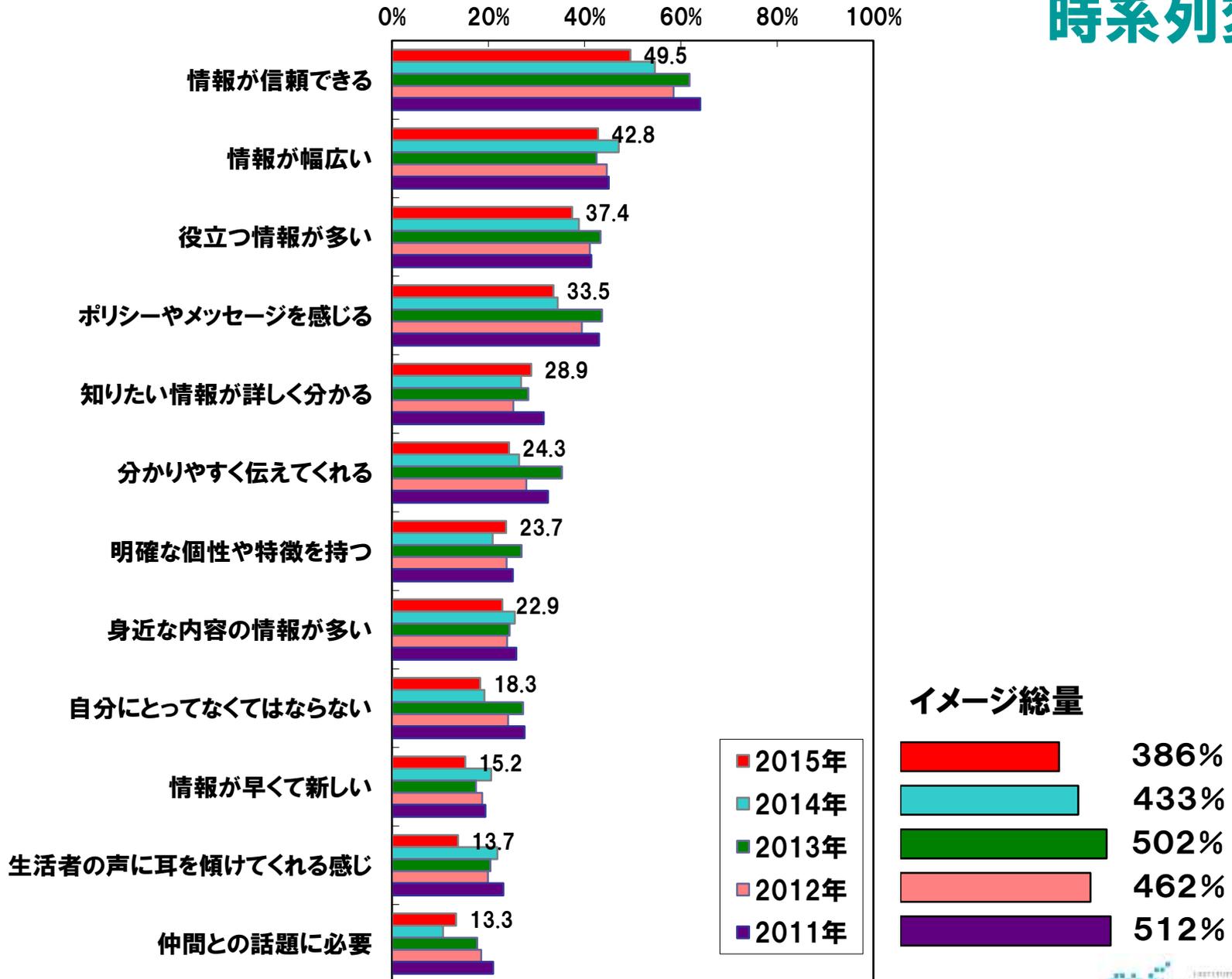
## イメージ総量

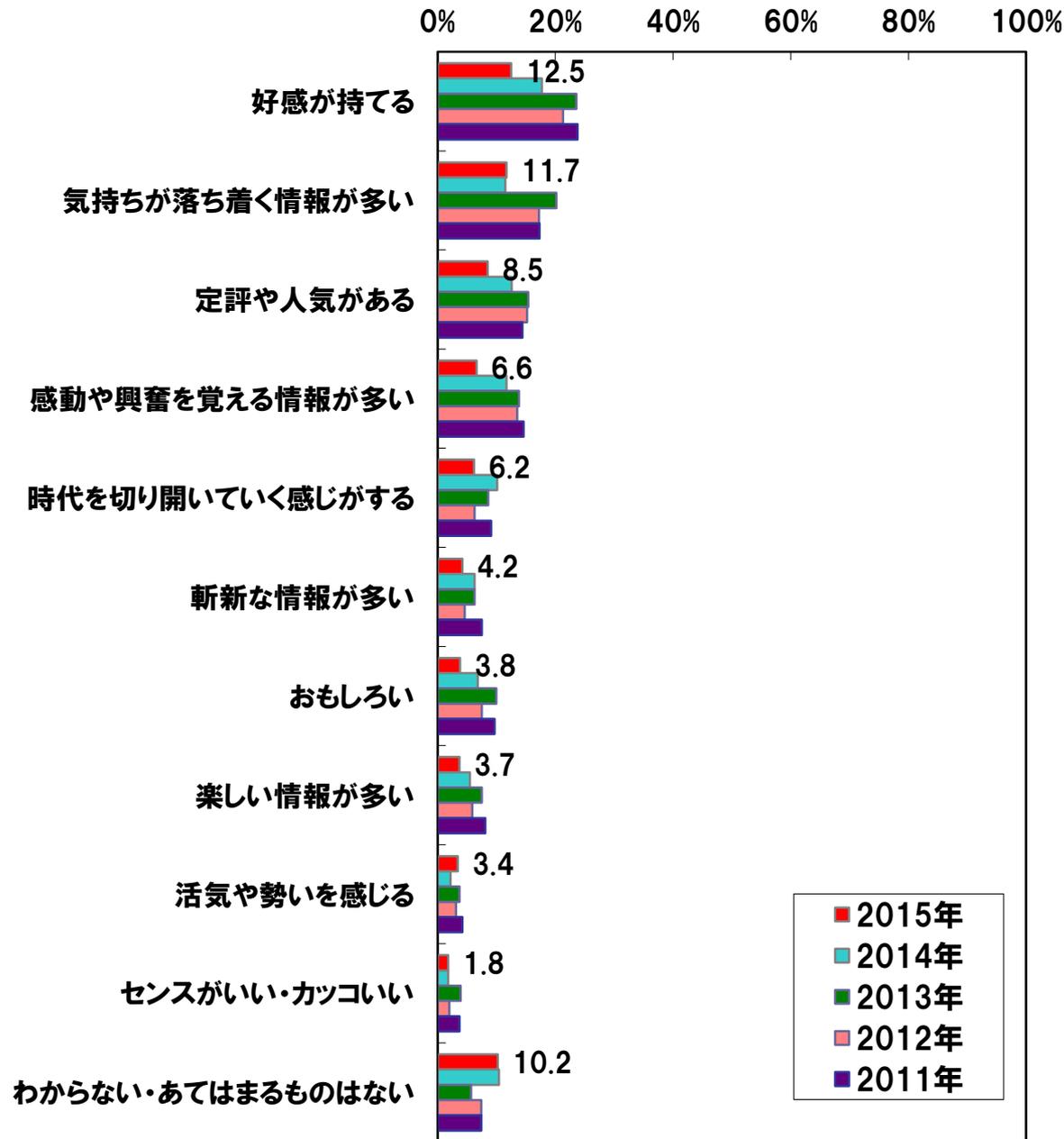


<東京地区>

# ラジオイメージ 時系列変化

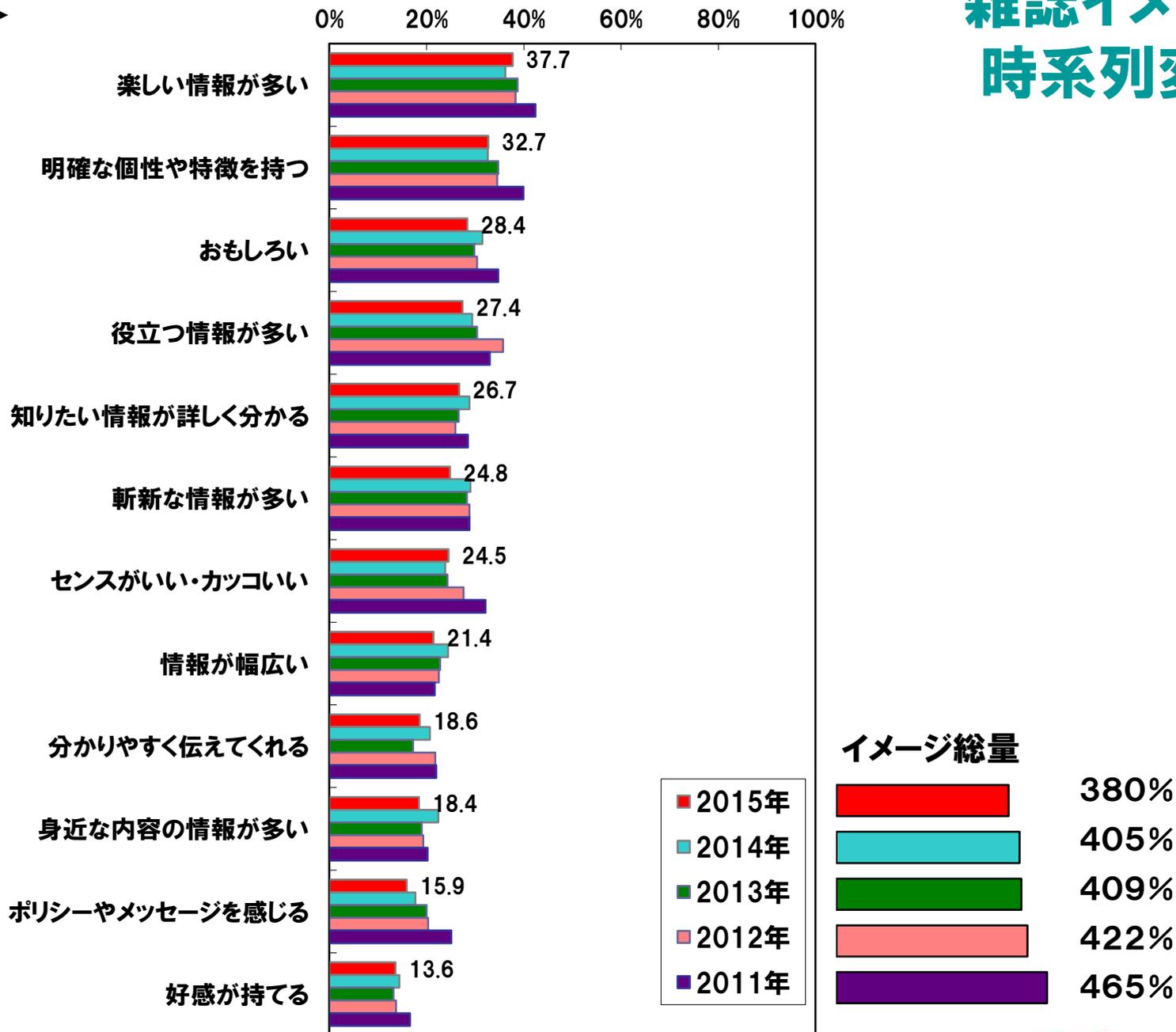






<東京地区>

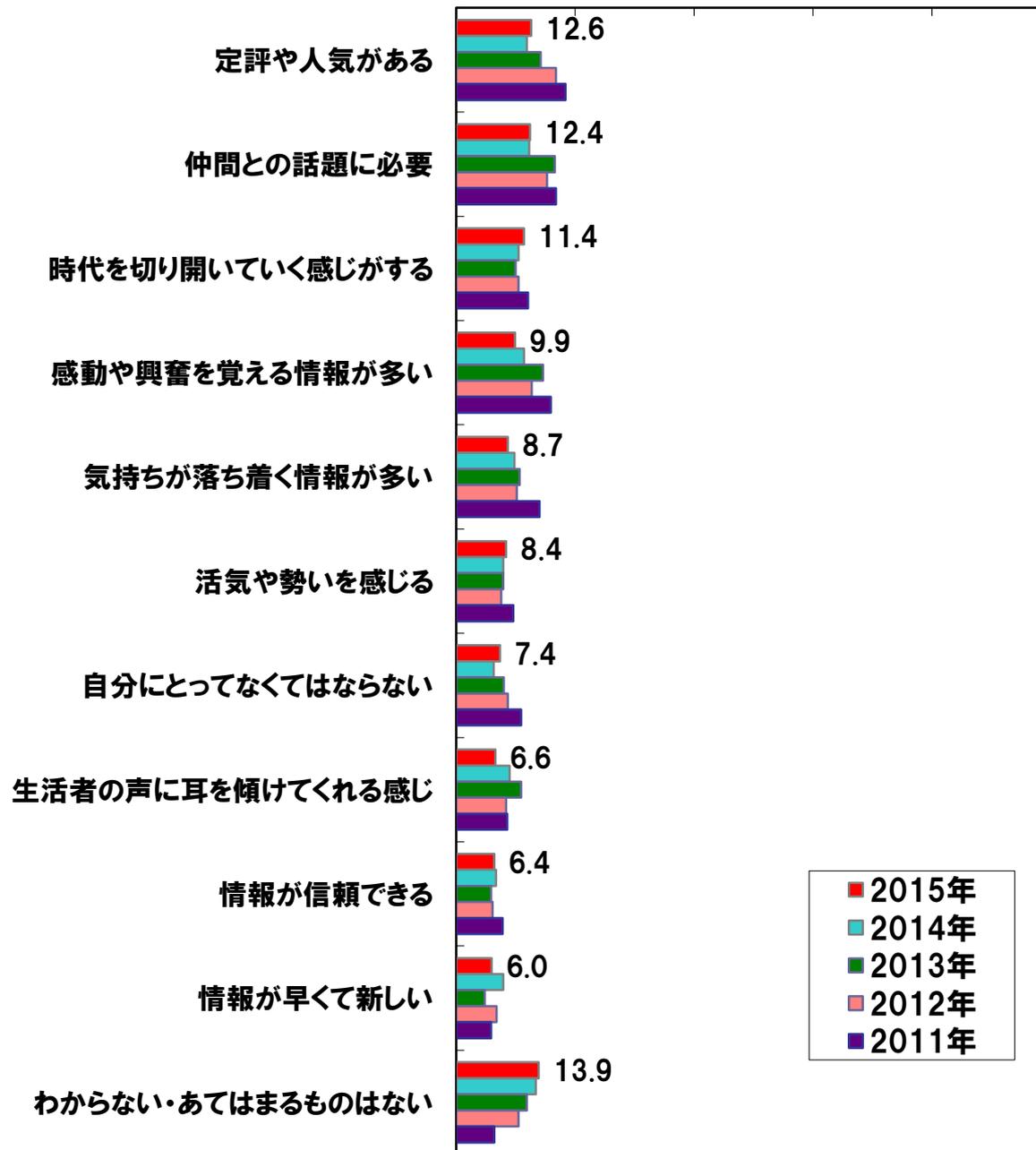
# 雑誌イメージ 時系列変化

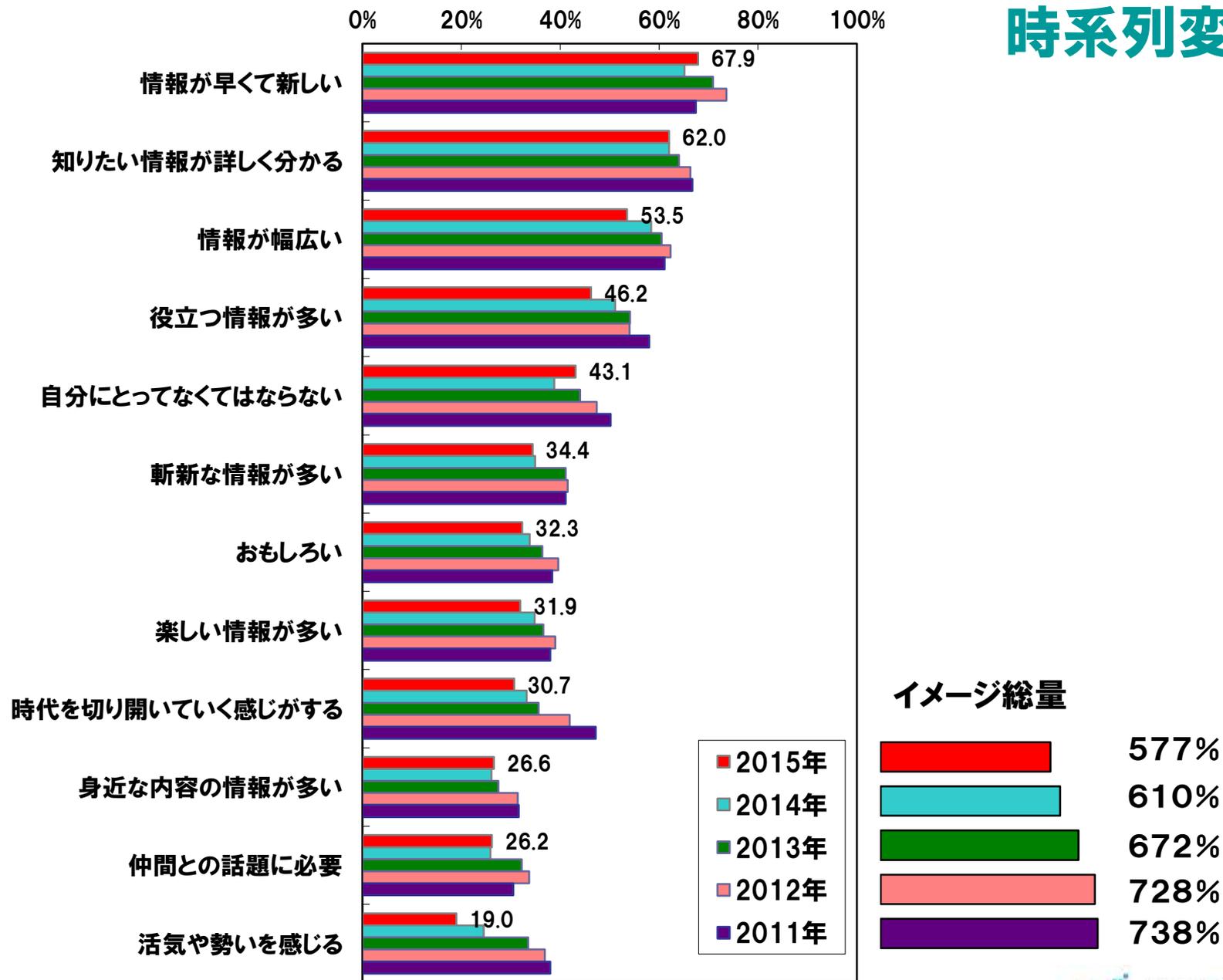


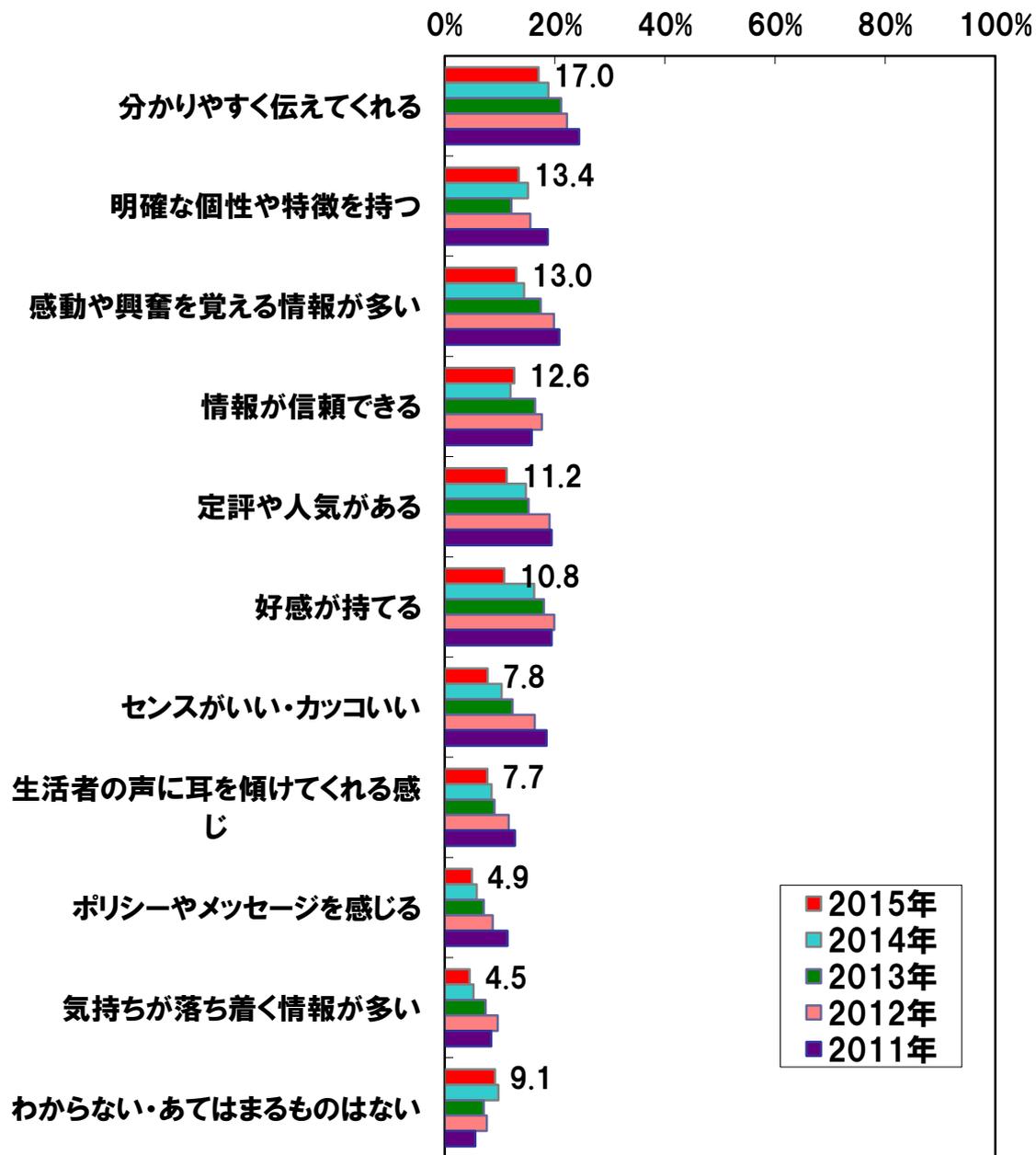
# 雑誌イメージ 時系列変化

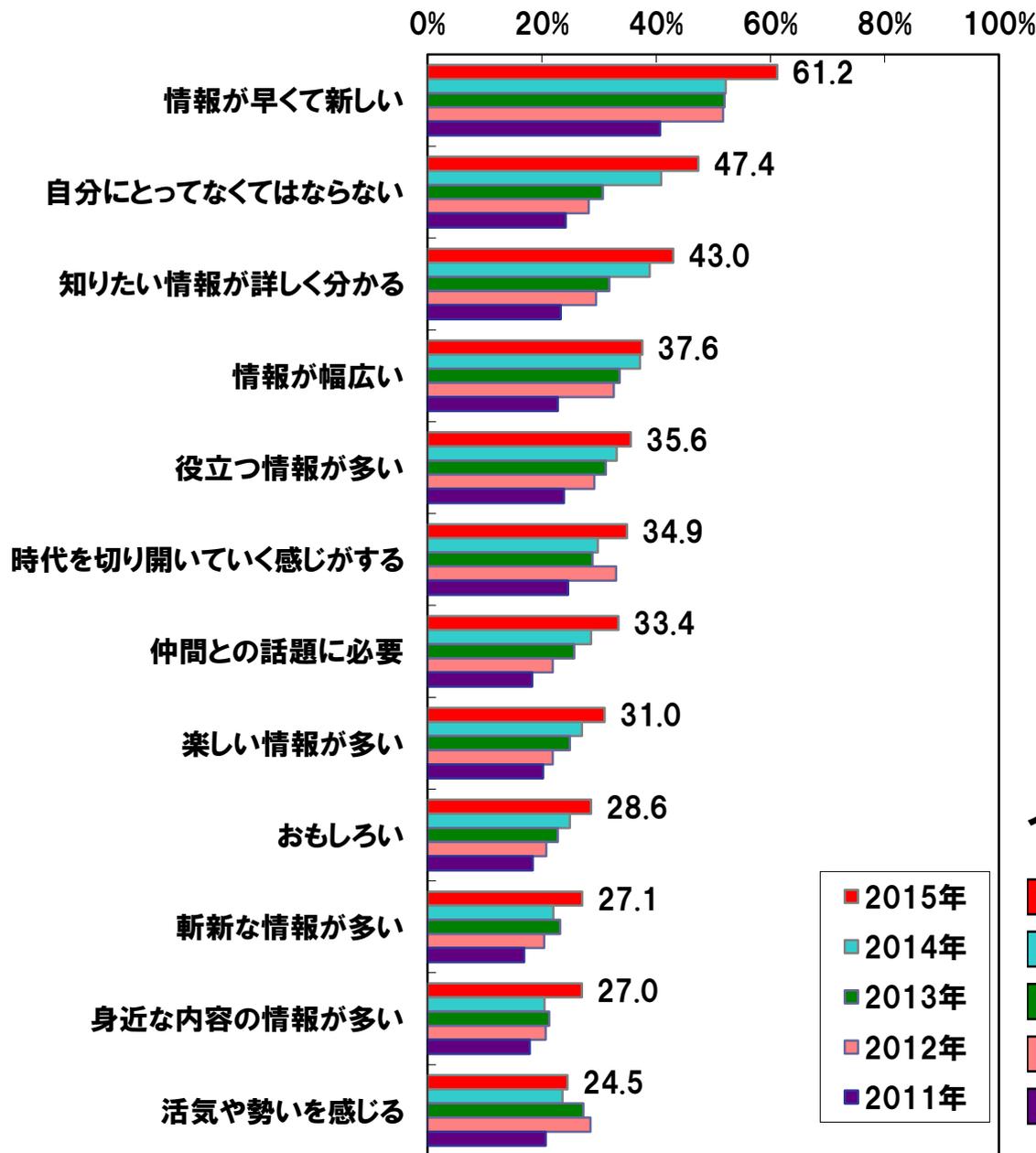
<東京地区>

0% 20% 40% 60% 80% 100%

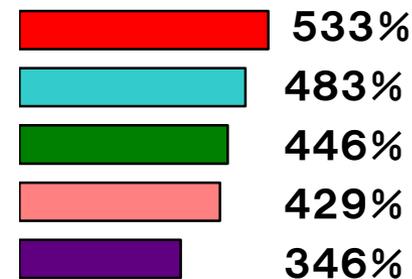






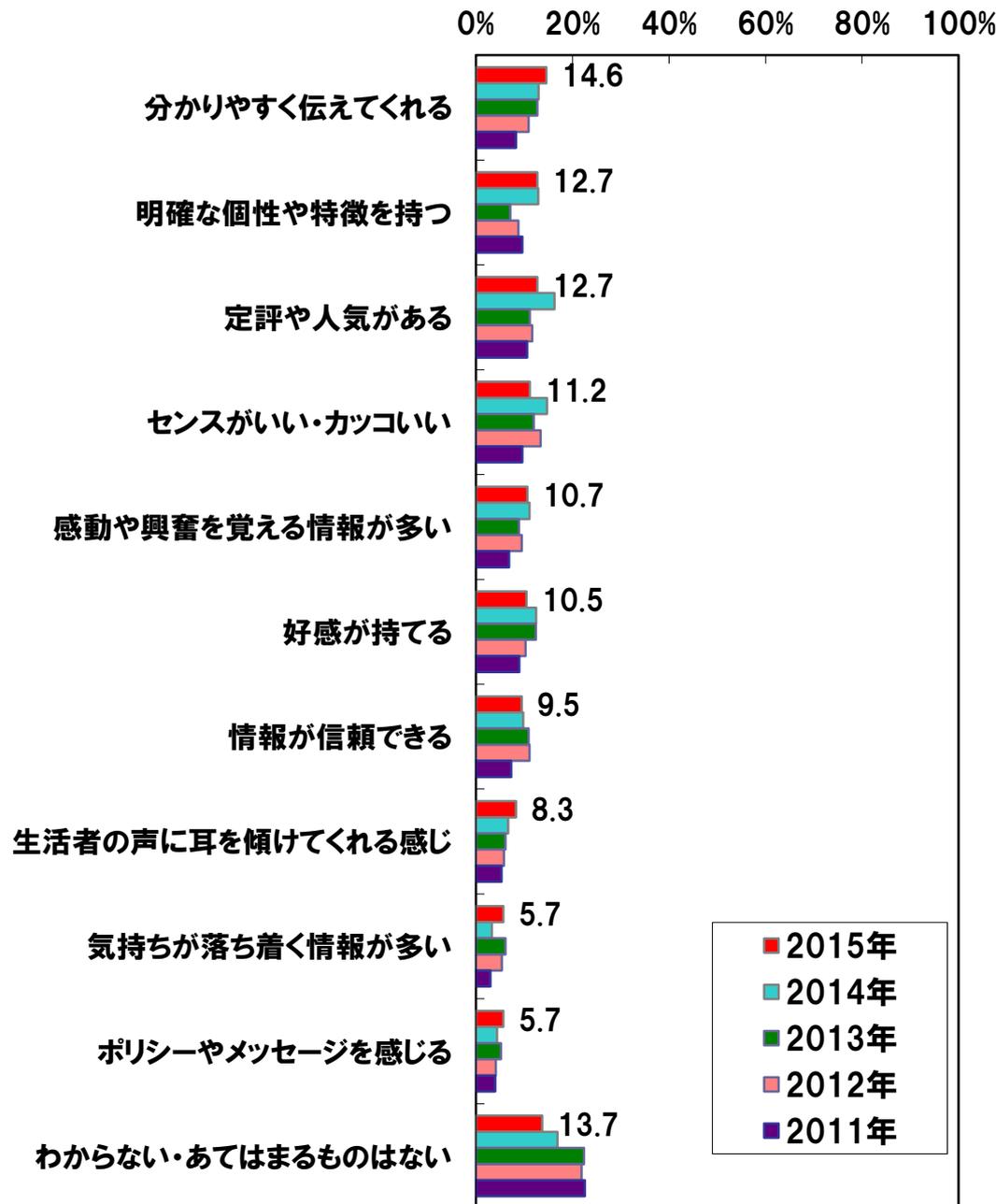


## イメージ総量

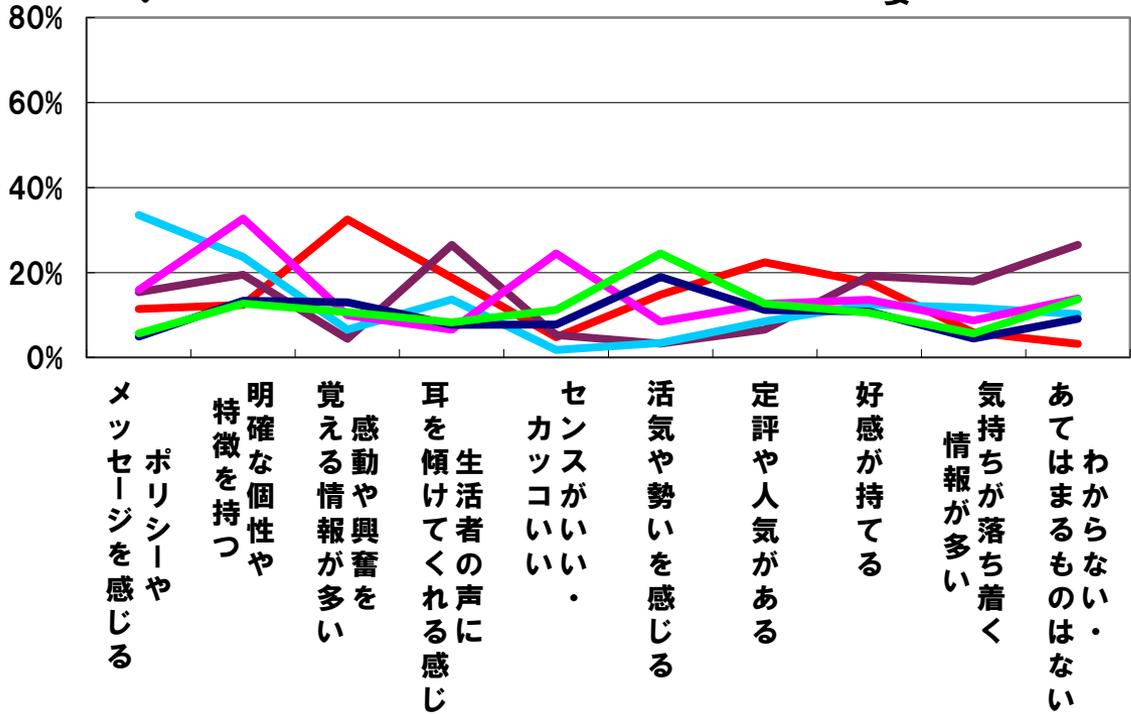
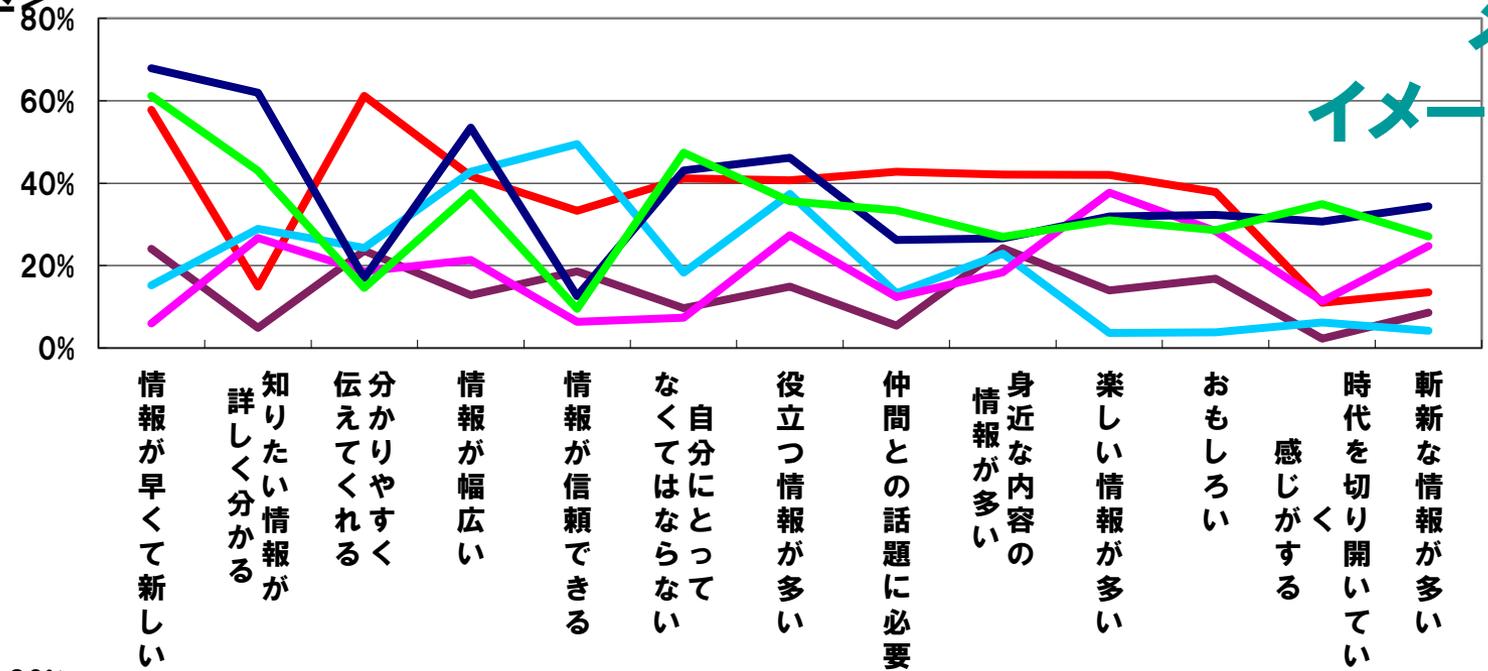


# 携帯・スマホイメージ 時系列変化

<東京地区>



# メディア イメージ構造



- テレビ 621%
- ラジオ 298%
- 新聞 386%
- 雑誌 380%
- パソコン 577%
- 携帯電話・スマートフォン 533%

- ① メディア接触時間
- ② メディアイメージ
- ③ **メディアサービス利用状況**
- ④ デジタル機器利用状況
- ⑤ メディア視聴実態
- ⑥ ソーシャルメディア

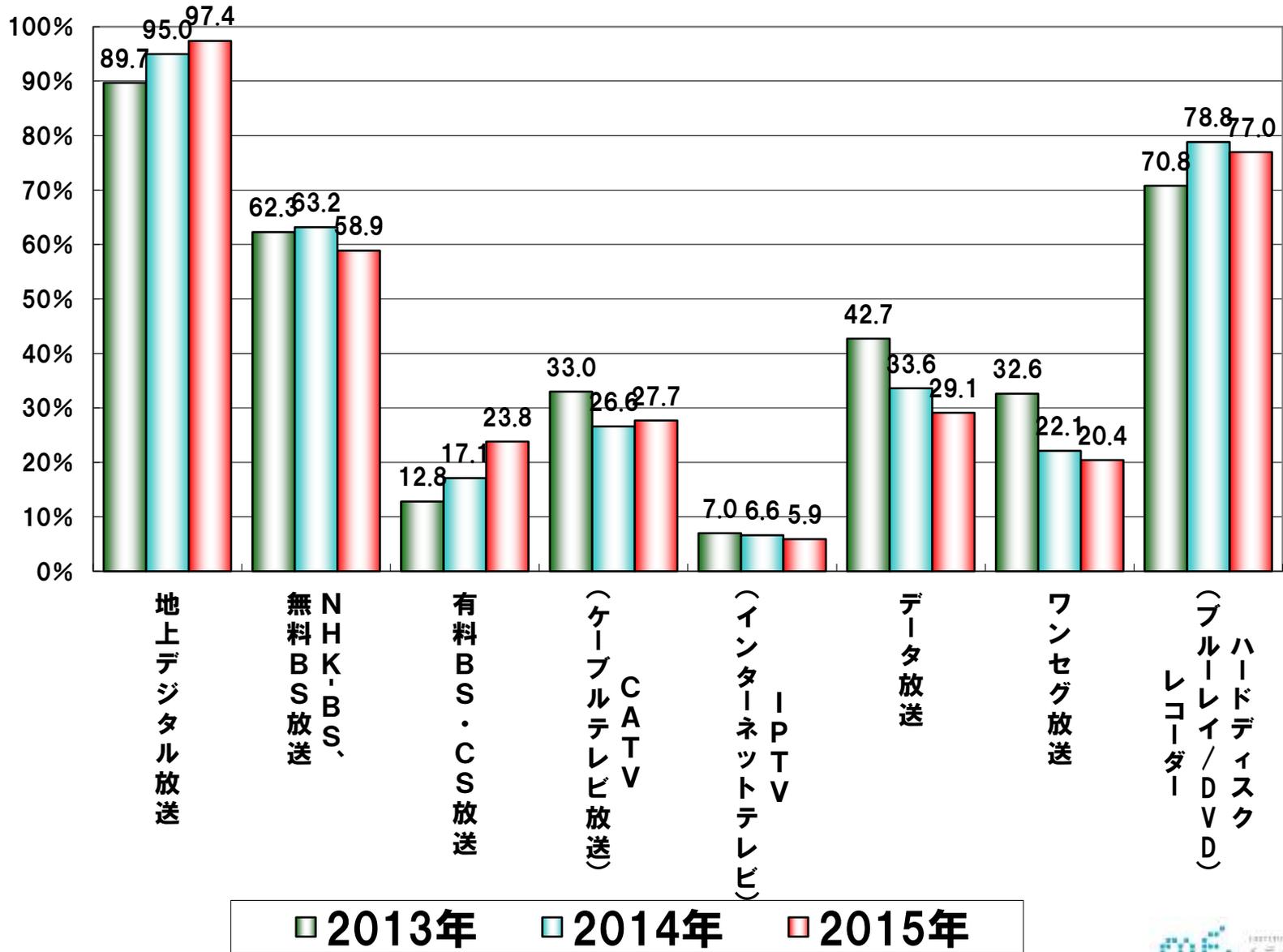
# Q. あなたは「テレビ」に関する各項目について、 それぞれどの程度利用していますか？

ほぼ毎日、週に3～5日、週に1～2日、  
月に2～3日、月に1日以下  
以前利用していたが今はしていない、利用したことはない

## <テレビ・メディアサービス>

1. 地上デジタル放送
2. NHK-BS、無料BS放送(BS1, BSプレミアム、BS日テレ、BS朝日、BS-TBS、BSジャパン、BSフジなど)
3. 有料BS・CS放送(WOWOW、スカパー、アニマックス、Jスポーツなど)
4. CATV (ケーブルテレビ放送)
5. IPTV (ひかりTV、auひかりTVサービスなど)
6. データ放送
7. ワンセグ放送
8. ハードディスク(ブルーレイ/DVD)レコーダー(テレビ内蔵型含む)

# テレビメディアサービス 利用状況 時系列変化



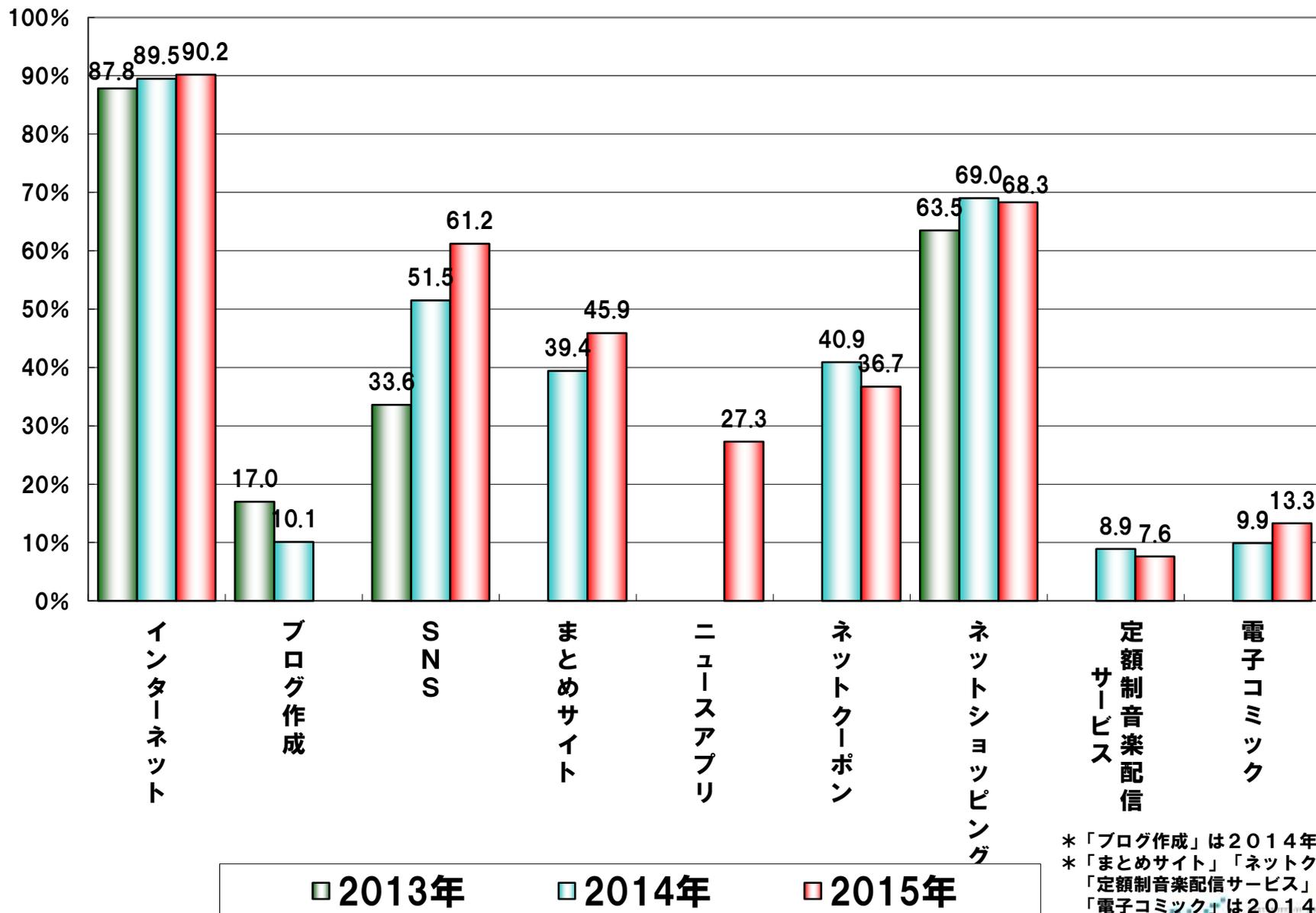
# Q. あなたは「インターネット」に関する各項目について、どの程度利用していますか？

ほぼ毎日、週に3～5日、週に1～2日、  
月に2～3日、月に1日以下  
以前利用していたが今はしていない、利用したことはない

## <インターネット・メディアサービス>

- 1、インターネット
- 2、SNS (Facebook, Twitter, LINEなど)
- 3、まとめサイト(NAVERまとめ、2ちゃんねるまとめなど)
- 4、ニュースアプリ(SmartNews, Gunosy, Antennaなど)
- 5、ネットクーポン
- 6、ネットショッピング
- 7、定額制音楽配信サービス(ソニーMusic Unlimited, レコチョク Best, KKBOXなど)
- 8、電子コミック(まんが)(LINEマンガ、マンガボックス、少年ジャンプ+など)

# インターネットメディアサービス 利用状況 時系列変化



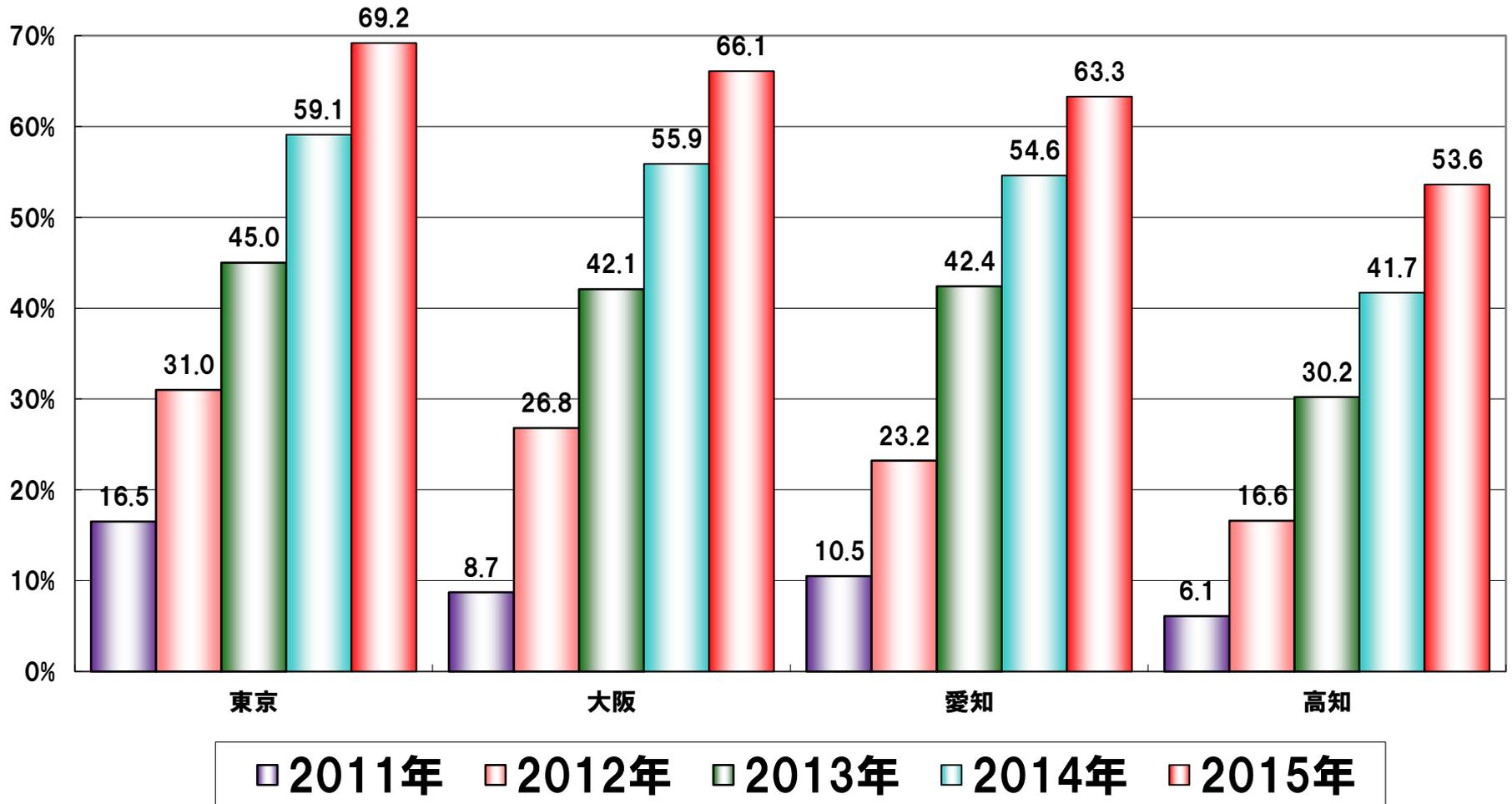
\* 「ブログ作成」は2014年まで  
 \* 「まとめサイト」「ネットクーポン」「定額制音楽配信サービス」「電子コミック」は2014年から  
 \* 「ニュースアプリ」は2015年から

- ① メディア接触時間
- ② メディアイメージ
- ③ メディアサービス利用状況
- ④ デジタル機器利用状況
- ⑤ メディア視聴実態
- ⑥ ソーシャルメディア

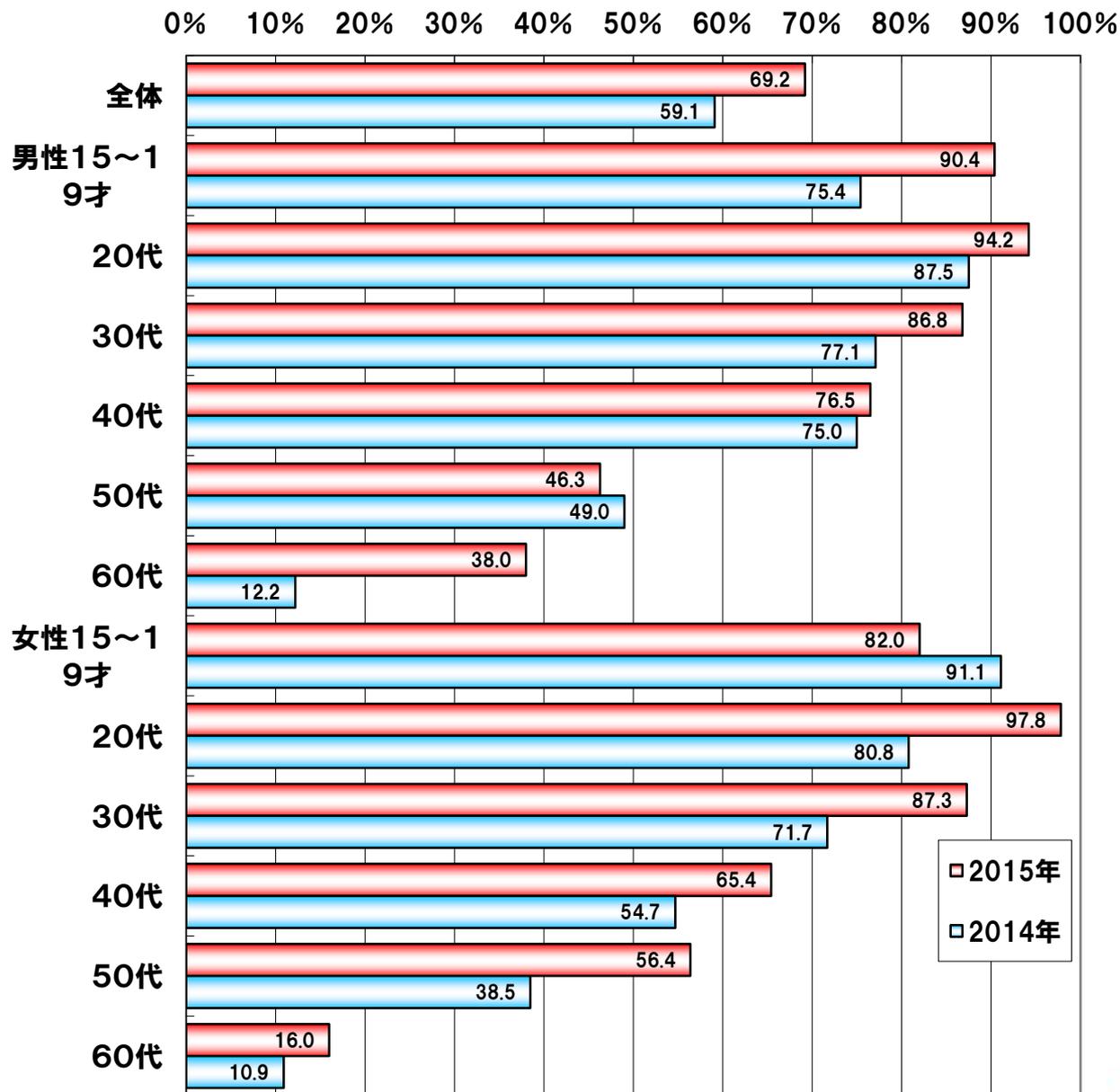
# スマートフォン

---

# スマートフォン 所有状況 時系列変化



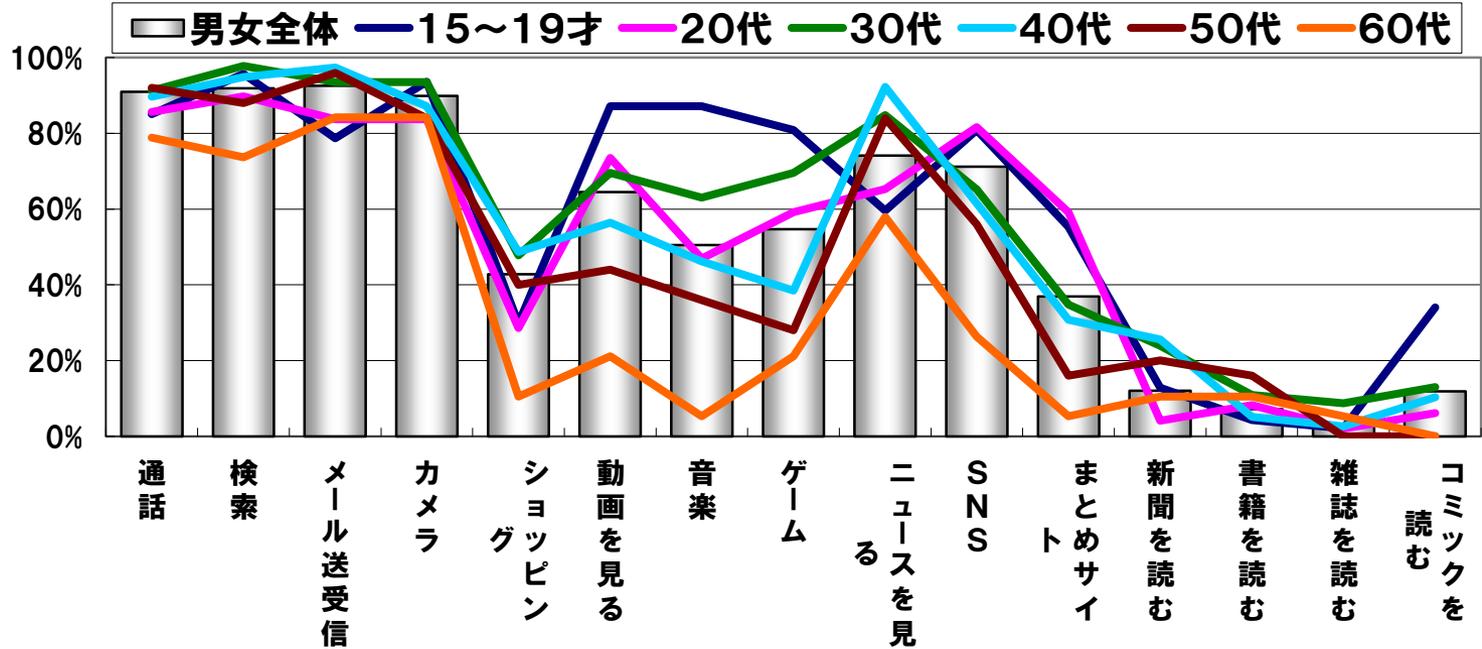
# スマートフォン 所有状況 性年齢別比較



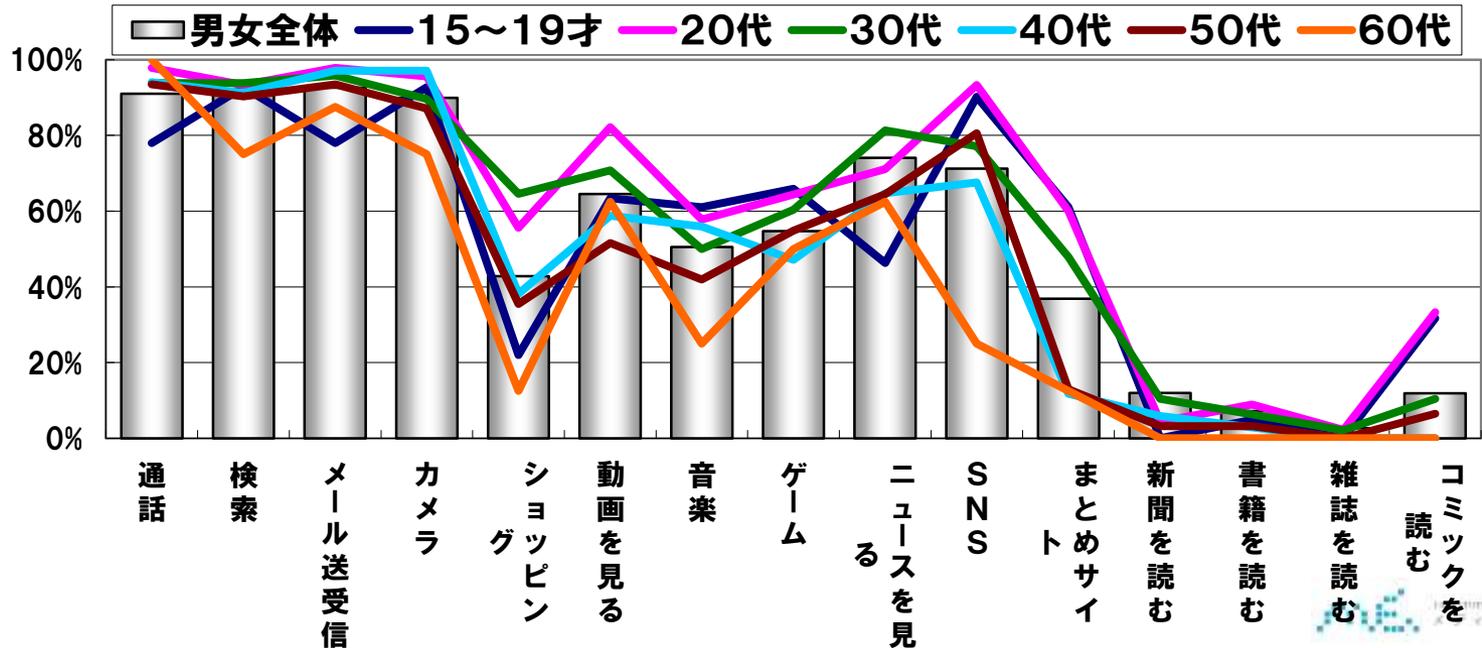
<東京地区>

# スマートフォン 利用機能 性年齢別比較

男性



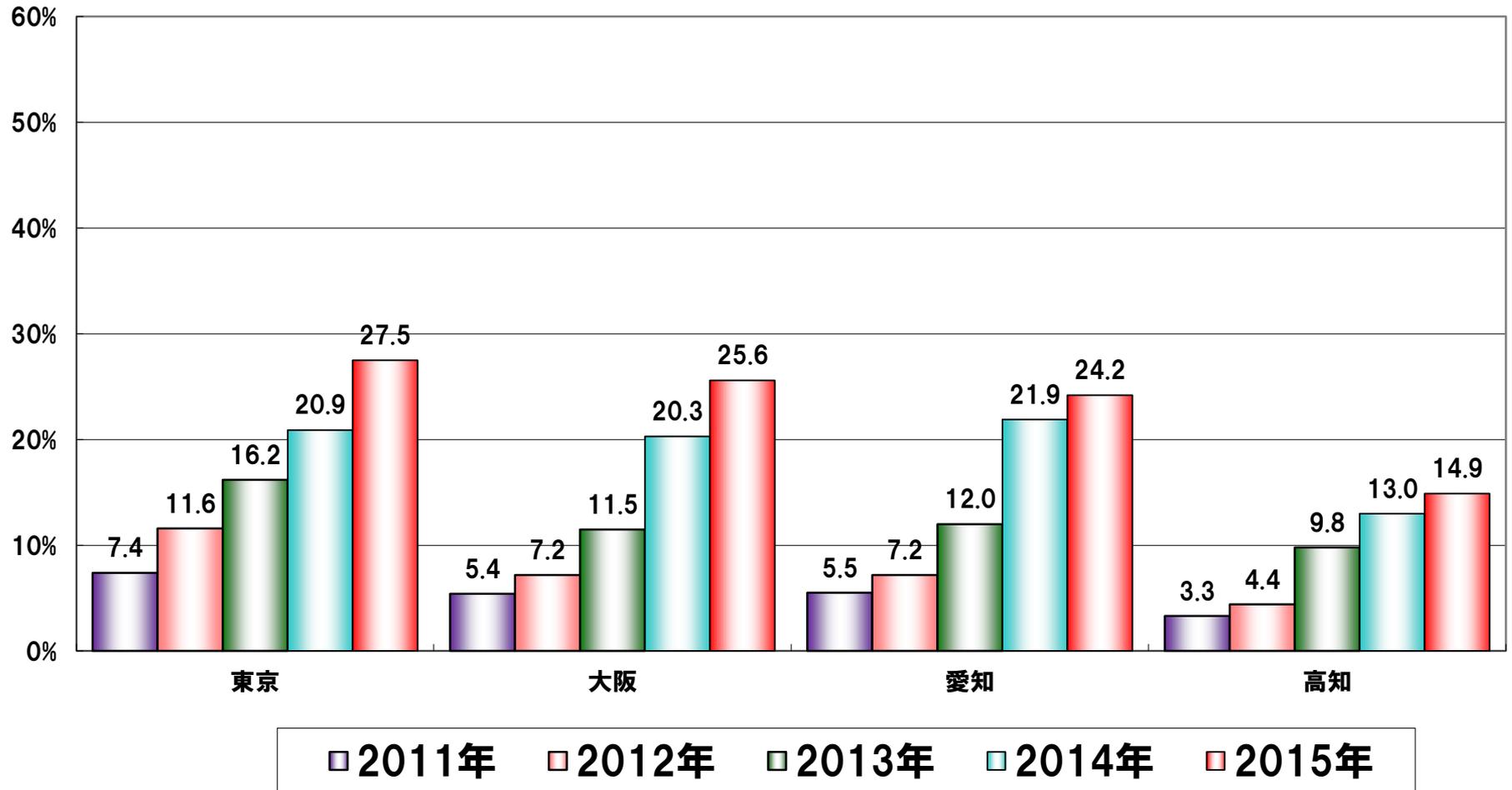
女性



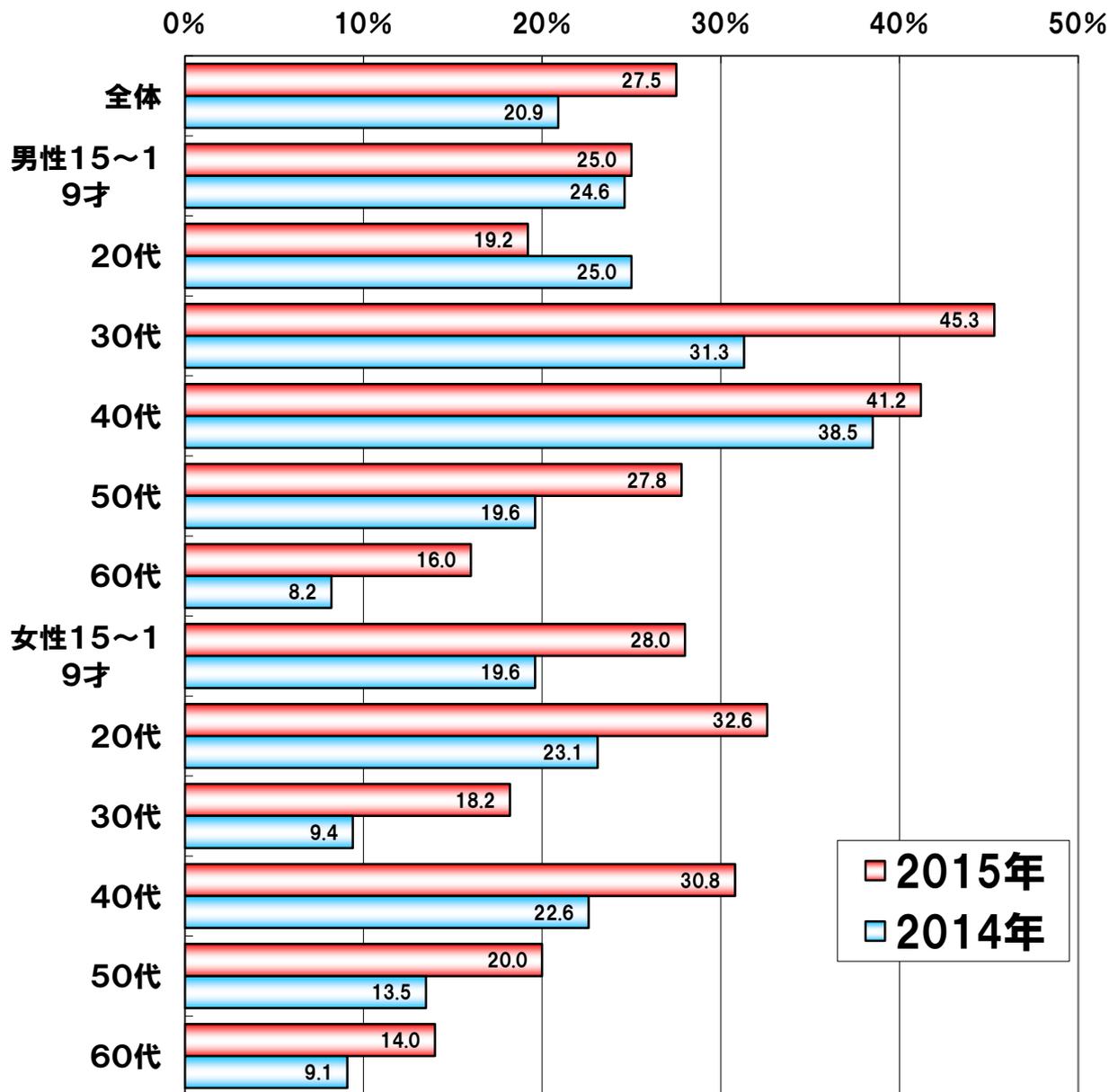
# タブレット端末

---

# タブレット端末 所有状況 時系列変化



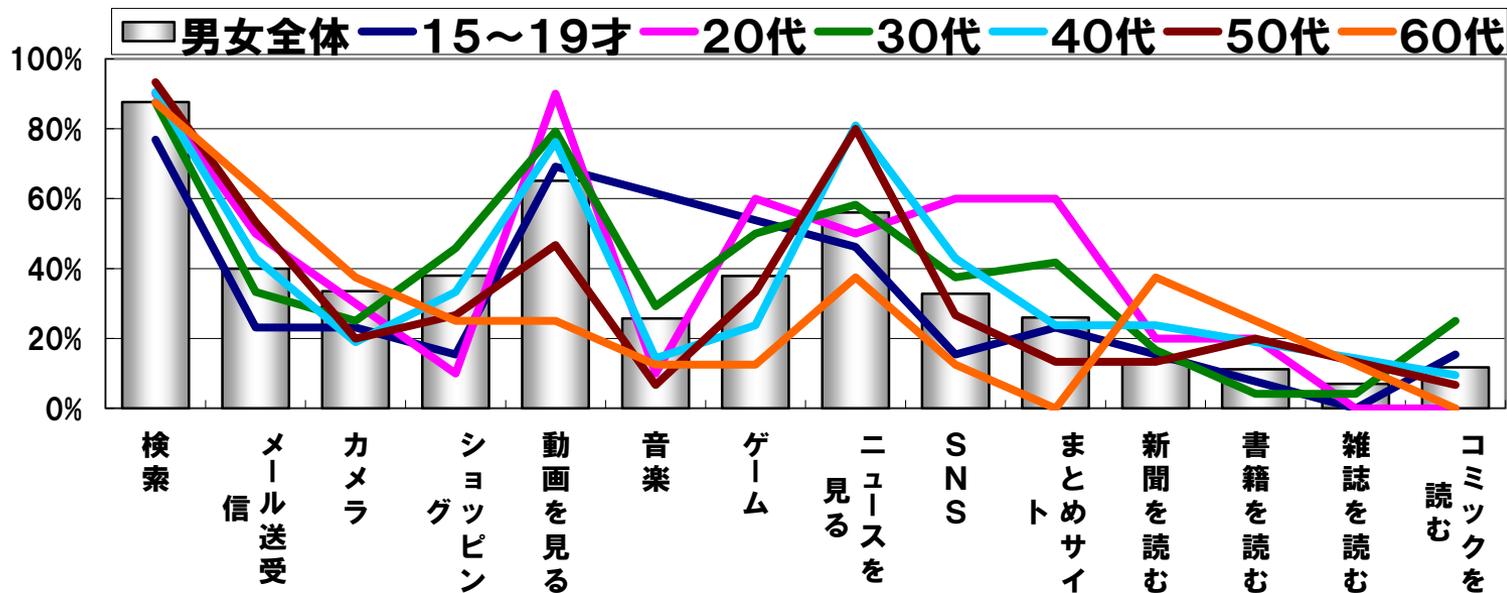
# タブレット端末 所有状況 性年齢別比較



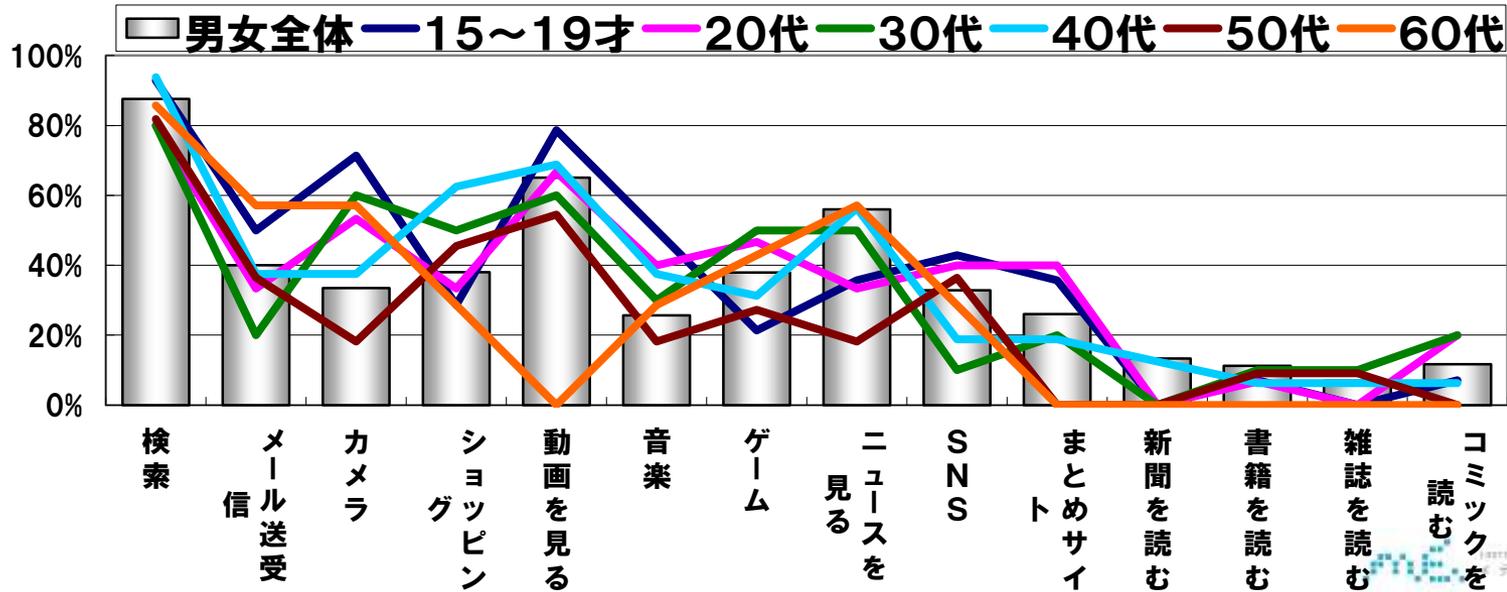
■ 2015年  
■ 2014年

# タブレット端末 利用機能 性年齢別比較

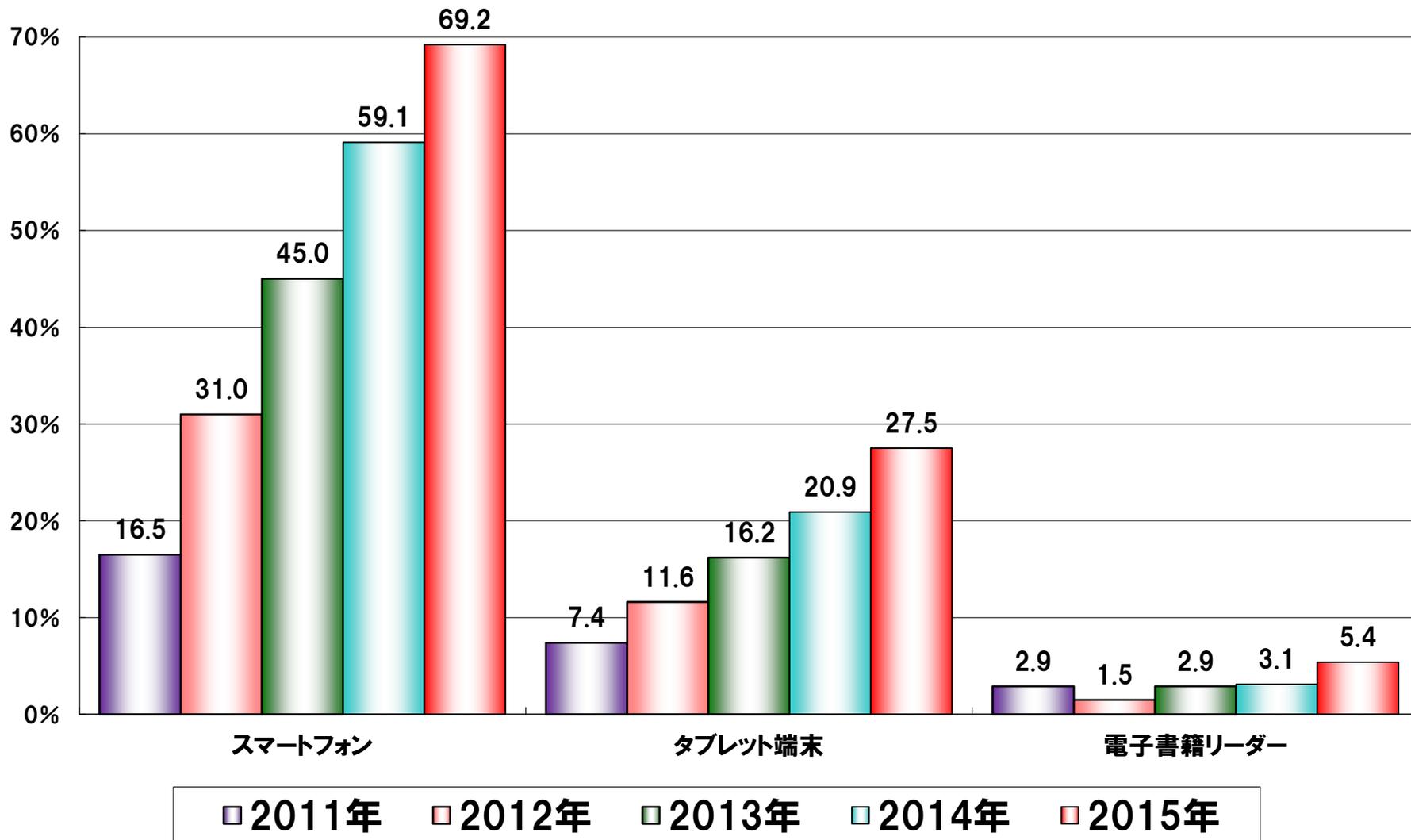
男性



女性

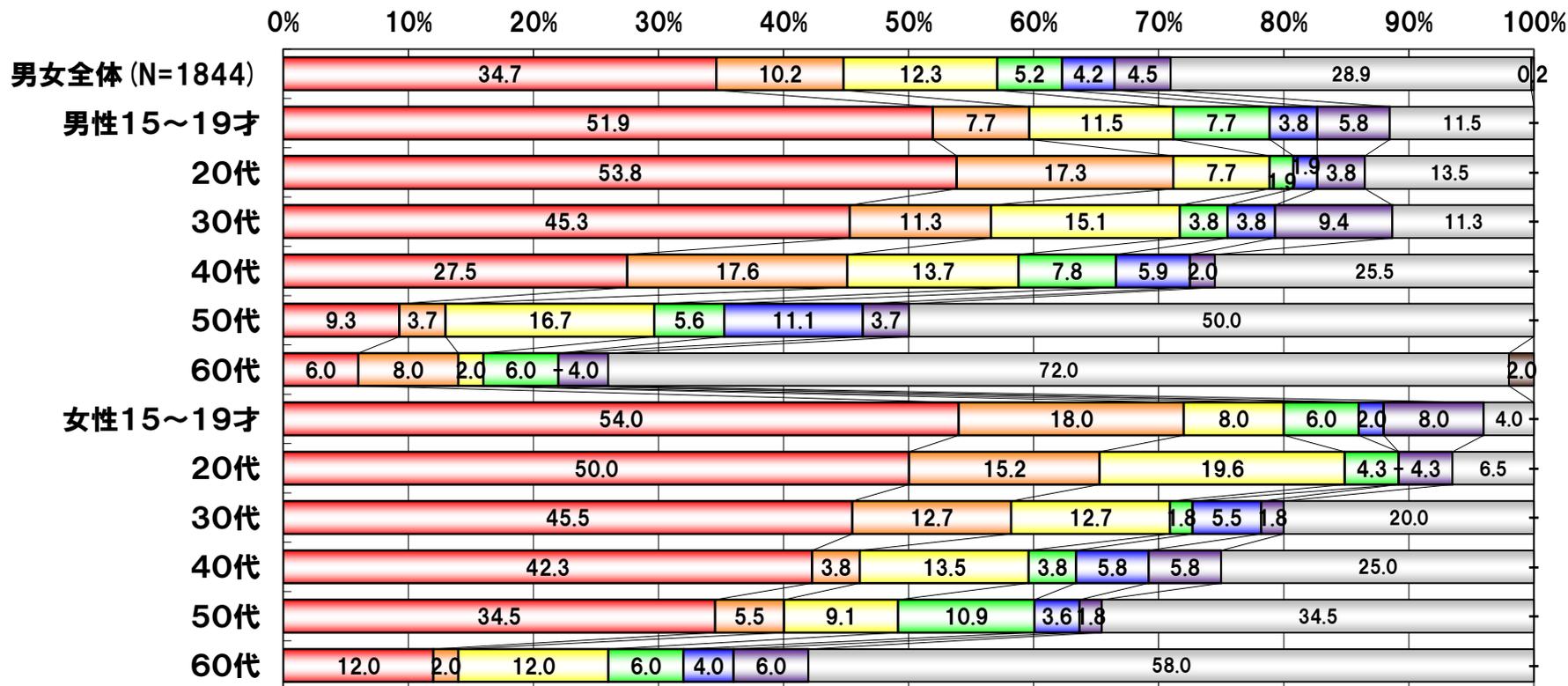


# デジタル機器 所有率 時系列変化



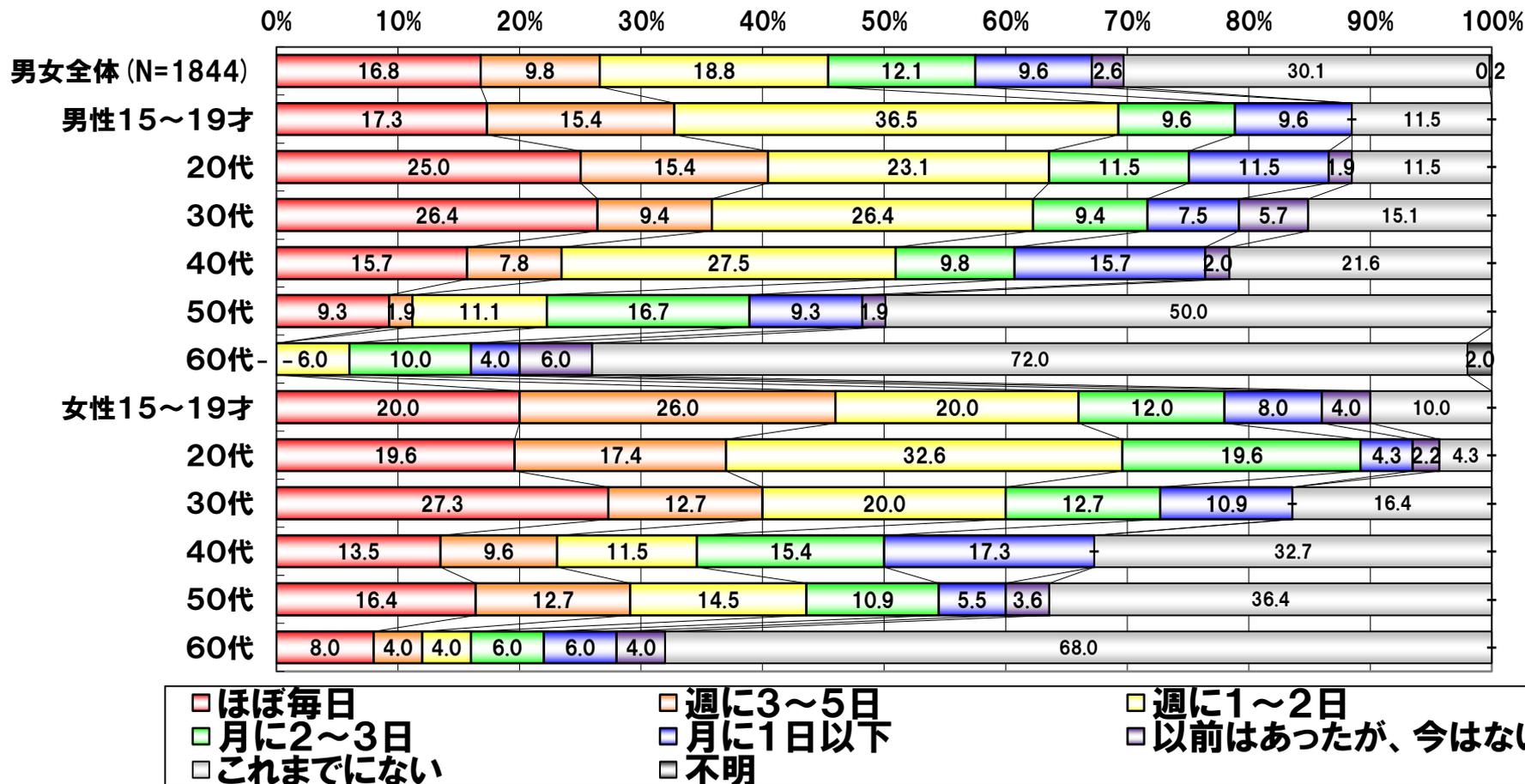
- ① メディア接触時間
- ② メディアイメージ
- ③ メディアサービス利用状況
- ④ デジタル機器利用状況
- ⑤ **メディア視聴実態**
- ⑥ ソーシャルメディア

Q 携帯電話やスマートフォン、タブレット端末を操作しながらテレビを見ることは、どの程度ありますか？

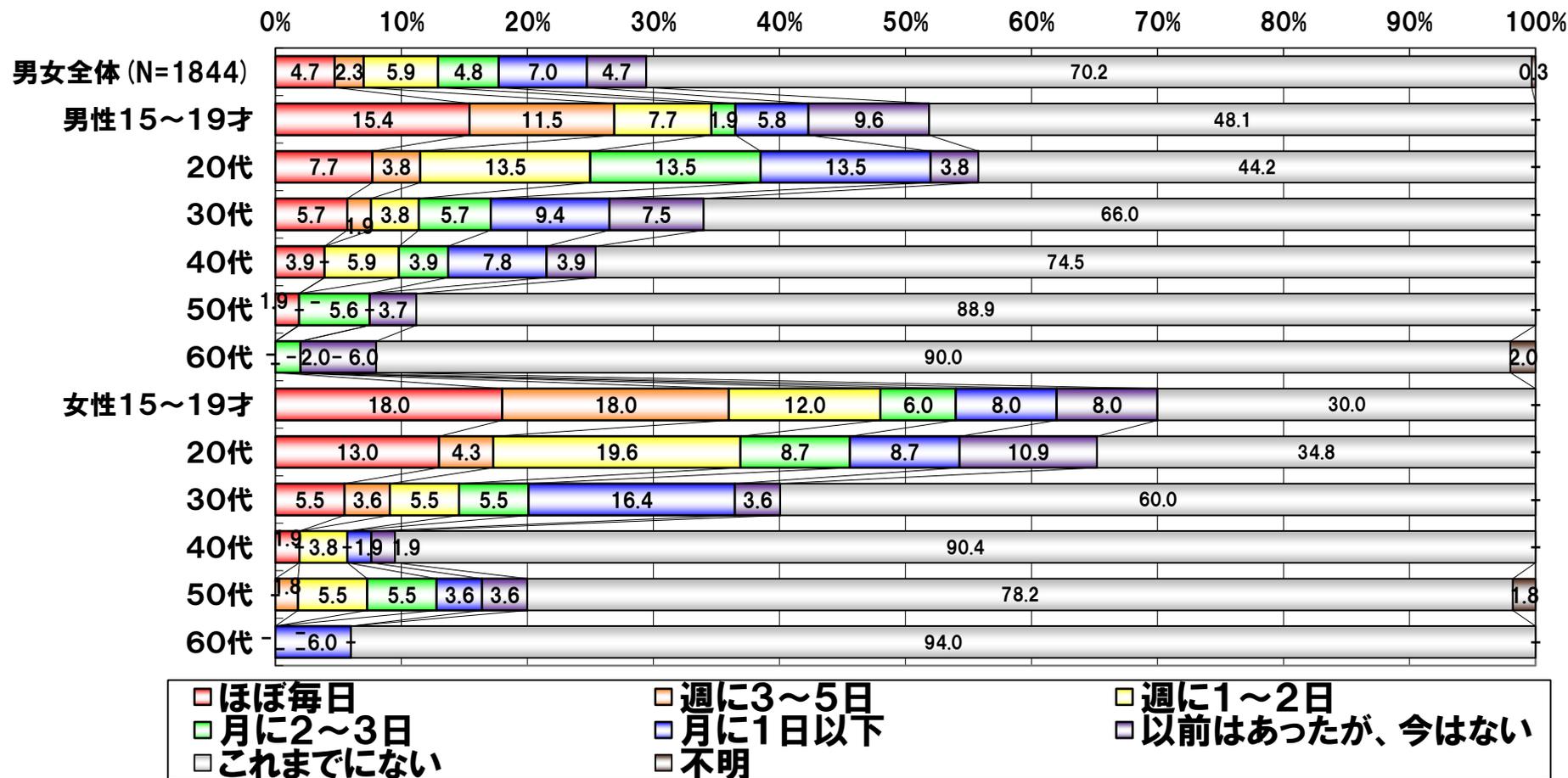


- ほぼ毎日
- 週に3~5日
- 週に1~2日
- 月に2~3日
- 月に1日以下
- 以前はあったが、今はない
- これまででない
- 不明

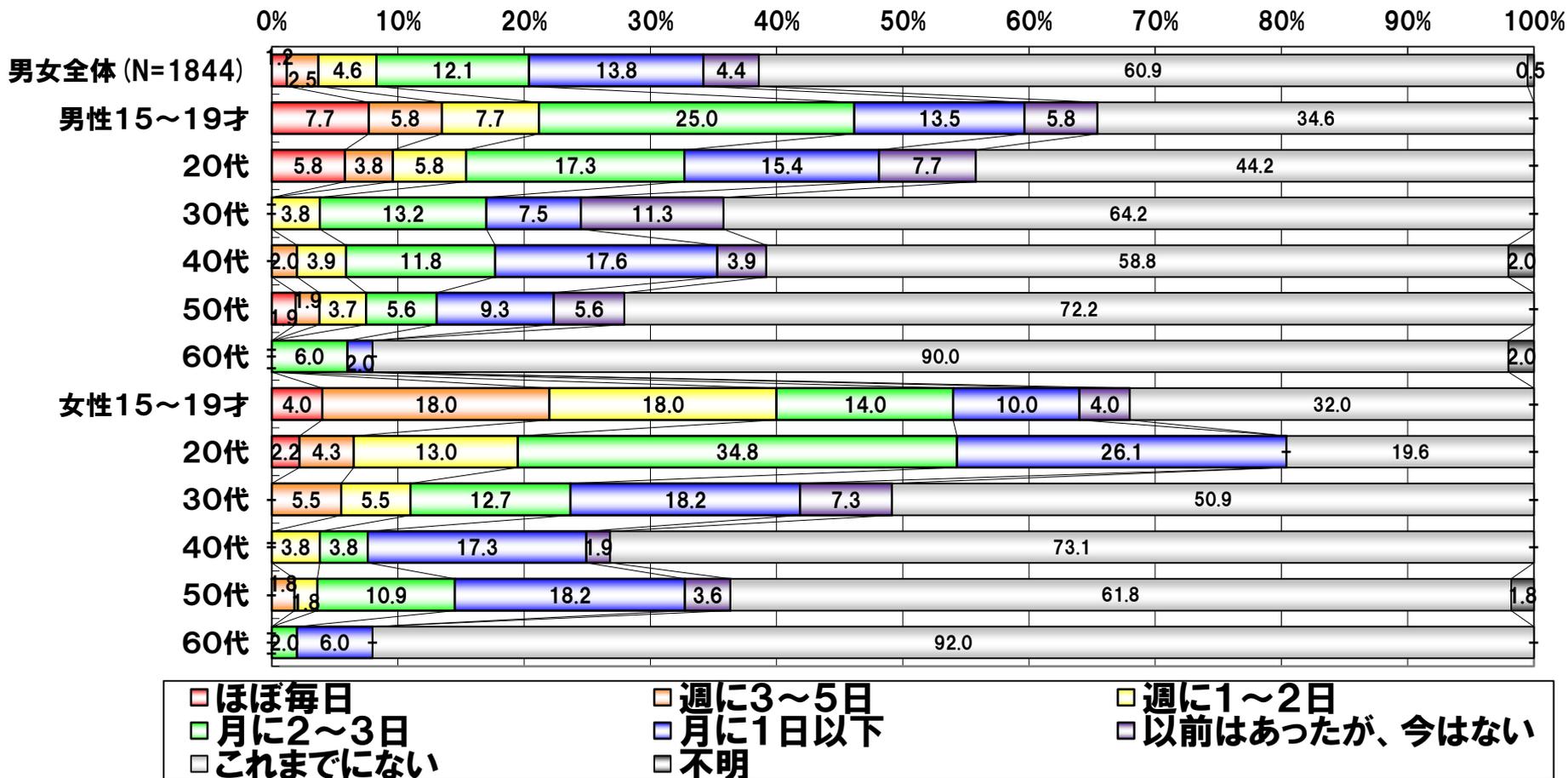
Q テレビを見ていて、気になることがあると、  
すぐに携帯電話やスマートフォンで調べることはどの程度ありますか？



Q テレビ番組を見ながら、ソーシャルメディアで、その番組に関する書き込みをしたり、書き込みを読んだりすることはどの程度ありますか？



Q ソーシャルメディアから得た情報がきっかけで、  
テレビ番組を見ることはどの程度ありますか？



- ① メディア接触時間
- ② メディアイメージ
- ③ メディアサービス利用状況
- ④ デジタル機器利用状況
- ⑤ メディア視聴実態
- ⑥ ソーシャルメディア

# ソーシャルメディア 利用状況 時系列変化

<東京地区>

