

NEWS RELEASE

報道関係各位

2017年6月20日
株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

～博報堂DYメディアパートナーズ「メディア定点調査2017」時系列分析より～

- ① ほぼ全メディアの接触時間減少により、メディア総接触時間は378.0分と減少に転じる。
- ② 全メディアでライト接触層(1日あたり接触時間1時間未満)が増加。
- ③ 「スマートフォン」の所有率は77.5%と8割に迫る。中高年層の所有率増加が要因。
- ④ 世の中の情報量の過剰感と情報へ信頼性を求める意識が高まる。

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所(本社:東京都港区、所長:吉川昌孝)は、生活者のメディア接触の現状を調査・分析する「メディア定点調査」を2006年から行っています。調査開始12年を迎えた本年は、総接触時間や所有率の時系列分析に加え、生活者のメディアや情報への意識についても昨年と比較分析しました。

- ① ほぼ全メディアの接触時間減少により、メディア総接触時間は378.0分と減少に転じる。 ※数値はすべて東京地区

・「タブレット」を除く6メディアの接触時間減少により、1日当たりの週平均のメディア総接触時間は昨年の**393.8分**から**378.0分**に減少。
・「携帯・スマホ」は調査開始以来初めての微減(16年:90.7分→17年:90.2分)となったが、「テレビ」「ラジオ」「新聞」「雑誌」の4マスメディアと「パソコン」がそれぞれ減少。さらに「タブレット」のみ微増(16年:24.9分→17年:25.0分)したため、「タブレット」と「携帯・スマホ」を足した**モバイルのシェアは30.5%と初めて3割を超えた。**

- ② 全メディアでライト接触層(1日あたり接触時間1時間未満)が増加。

・①にあるように「タブレット」を除く6メディアの接触時間減の原因として、全メディアでの**ライト接触層比率の増加**が考えられる。特に「パソコン」はライト接触層が大きく増加(16年:45.1%→17年:52.5%)し、2011年をピークに接触時間減少がさらに続くこととなった。
・また「雑誌」「パソコン」以外の5メディアでは、上記のライト接触層比率の増加に加えて、ヘビー接触層(1日あたり接触時間3時間以上)比率の減少が同時に起こったことも各メディアの接触時間減少を促進した。

- ③ 「スマートフォン」の所有率は77.5%と8割に迫る。中高年層の所有率増加が要因。

・性年代別に見ると男女とも30代以下の層は横ばいで、**40代～60代の上昇が顕著。**

- ④ 世の中の情報量の過剰感と情報へ信頼性を求める意識が高まる。

・「世の中の情報量は多すぎる」が10ポイント近く上昇(16年:42.1%→17年:52.0%)し、過半数を超えた。さらに「インターネットの情報は、うのみにはできない」もそれに次ぐ7.3ポイント上昇(16年:71.7%→17年:79.0%)で、ほぼ8割の人がネット情報の信頼性に対して疑問を抱いていることが分かる。
・また「気になるニュースは複数の情報源で確かめる」が5.3ポイント上昇(16年:59.1%→17年:64.4%)する一方、「情報やコンテンツは無料で十分」が-6.8ポイント(16年:46.0%→17年:39.2%)と最も減少した項目となった。**情報量の過剰感を感じつつ、あふれる情報の中で信頼できる確かな情報を求める生活者の気持ちの高まり**が感じられる。

■ 調査設計 ■

調査地区: 東京都、大阪府、愛知県、高知県
標本抽出方法: RDD(Random Digit Dialing)
調査方法: 郵送調査法
調査対象者: 15～69歳の男女
標本構成: 4地区計 2,496サンプル(東京631、大阪618、愛知618、高知629)
2015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: 2017年1月26日～2月10日
調査機関: 株式会社ビデオリサーチ

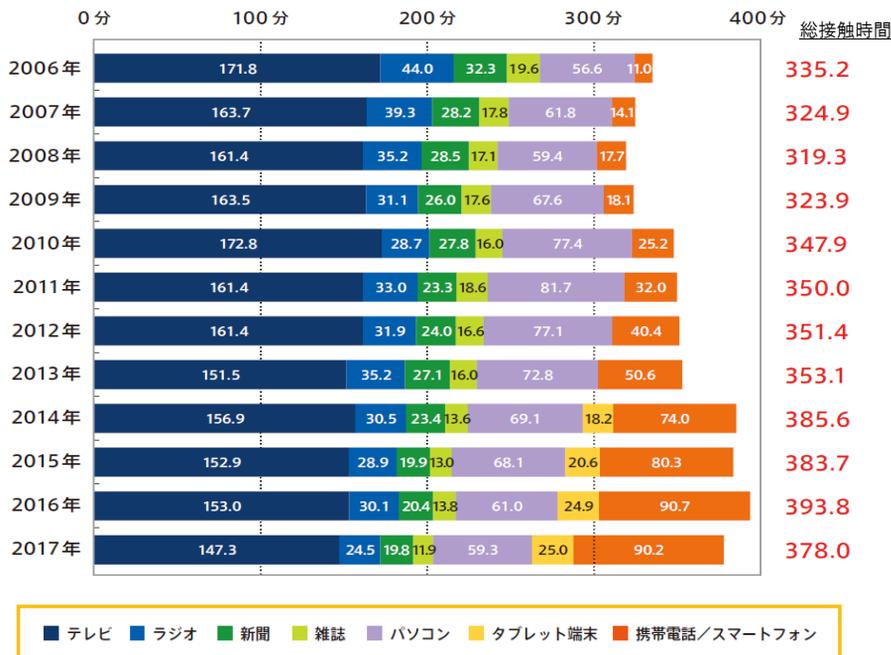
■ お問い合わせ先 ■

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報室 江渡 山崎 03-6441-6161
メディア環境研究所 新美 吉川 03-6441-9713

■ メディア定点調査 時系列分析 ■

①-1)メディア総接触時間の時系列推移(1日あたり・週平均):東京地区

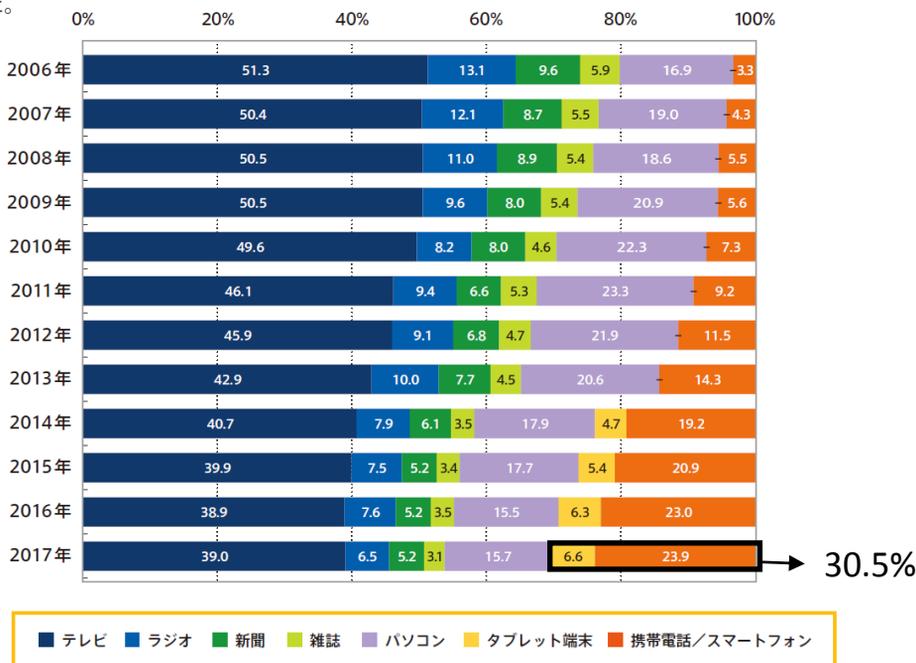
2017年のメディア総接触時間は378.0分で、2015年以来2年ぶりに減少に転じた。ほぼ横ばいの「タブレット端末」を除く6メディア全てが減少したことによる。調査開始以来常に増加していた「携帯電話・スマートフォン」が初めて減少に転じたほか、昨年微増した「テレビ」「ラジオ」「新聞」「雑誌」も微減に転じた。「パソコン」は2011年をピークに減少が続いている。



※携帯電話・スマートフォンは、2014年調査では携帯電話・スマートフォン含む
 ※タブレット端末は、2014年より調査
 ※各メディア接触者の接触時間の合計

①-2)メディア別接触時間の構成比 時系列推移(1日あたり・週平均):東京地区

メディア総接触時間におけるデジタルメディアのシェアは年々拡大。近年は「携帯電話・スマートフォン」が牽引しており、2014年「パソコン」のシェアを初めて上回り、更に差を広げている。「携帯電話・スマートフォン」と「タブレット端末」のシェアは合計で30.5%と今回初めて全体の3割を超えた。



※携帯電話・スマートフォンは、2014年調査では携帯電話・スマートフォン含む
 ※タブレット端末は、2014年より調査
 ※各メディア接触者の接触時間の合計

② メディア別接触時間の最新2年比較(1日あたり・週平均):東京地区

全てのメディアでライト接触層(1時間未満)の比率が増加。特に「パソコン」は7.4ポイント増加。さらに「雑誌」「パソコン」を除いた5メディアはヘビー接触層(3時間以上)比率の減少も同時に起こった。このような傾向が、「タブレット端末」を除く、各メディアの接触時間減少を促し、ひいてはメディア総接触時間の2年ぶりの減少につながったと考えられる。

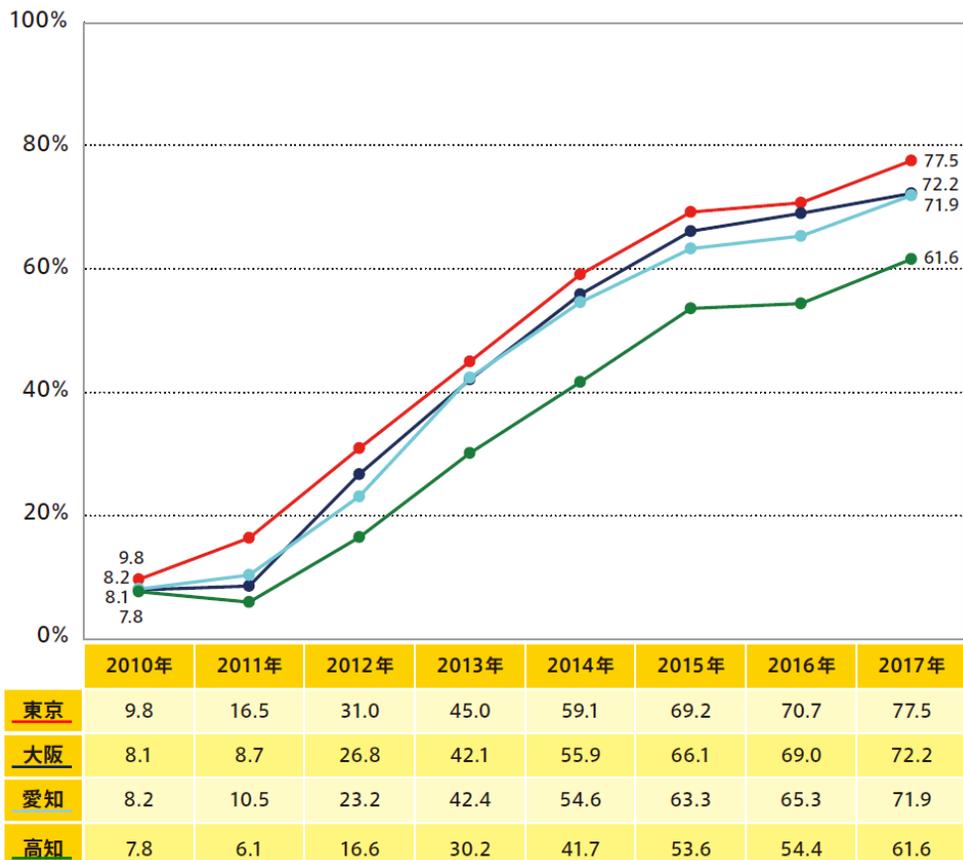
	ライト接触層 (1日あたり1時間未満)		ヘビー接触層 (1日あたり3時間以上)		接触時間増減	
	2016年	2017年	2016年	2017年	2016年	2017年
テレビ	13.6%	→ 15.3% (+1.7)	34.6%	→ 33.8% (-0.8)	153.0分	→ 147.0分 (-5.7分)
ラジオ	40.6%	→ 44.6% (+4.0)	5.0%	→ 2.9% (-2.1)	30.1分	→ 24.5分 (-5.6分)
新聞	68.2%	→ 69.9% (+1.7)	0.4%	→ 0.0% (-0.4)	20.4分	→ 19.8分 (-0.6分)
雑誌	66.0%	→ 69.1% (+3.1)	0.0%	→ 0.0% (0.0)	13.8分	→ 11.9分 (-1.9分)
パソコン	45.1%	→ 52.5% (+7.4)	8.6%	→ 9.8% (+1.2)	61.0分	→ 59.3分 (-1.7分)
携帯電話・スマートフォン	42.6%	→ 43.6% (+1.0)	16.8%	→ 15.9% (-0.9)	90.7分	→ 90.2分 (-0.5分)
タブレット端末	25.4%	→ 27.7% (+2.3)	3.5%	→ 3.0% (-0.5)	24.9分	→ 25.0分 (+0.1分)

③ 「スマートフォン」及び「タブレット端末」所有率の時系列推移:4地区

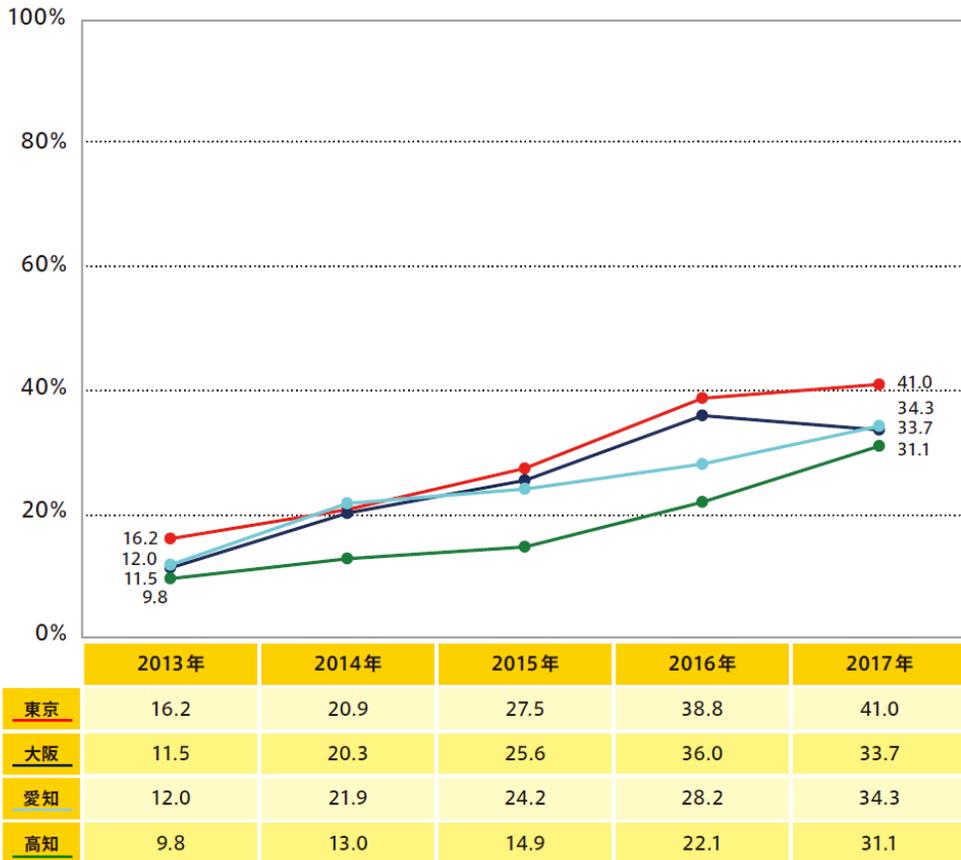
「スマートフォン」の所有率(東京)は2010年の調査開始以降、6年間で7倍強と目覚ましい伸びを見せていたが、昨年いったん横ばいになった。今年は昨年から再び7ポイント近く上昇し、ほぼ8割に迫った。愛知、高知で同様の傾向が出ている。一方、「タブレット端末」は、大阪を除く3地区で順調に数字を伸ばし、東京では初めて4割を超えた。

「スマートフォン」の所有率の再増加については、40代~60代の中高年層の所有率増加がその要因と考えられる。

「スマートフォン」所有率の時系列推移

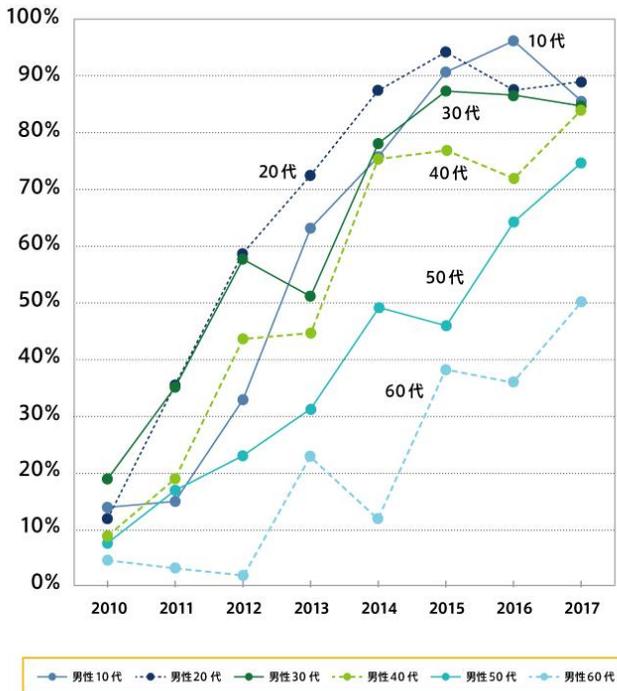


「タブレット端末」所有率の時系列推移

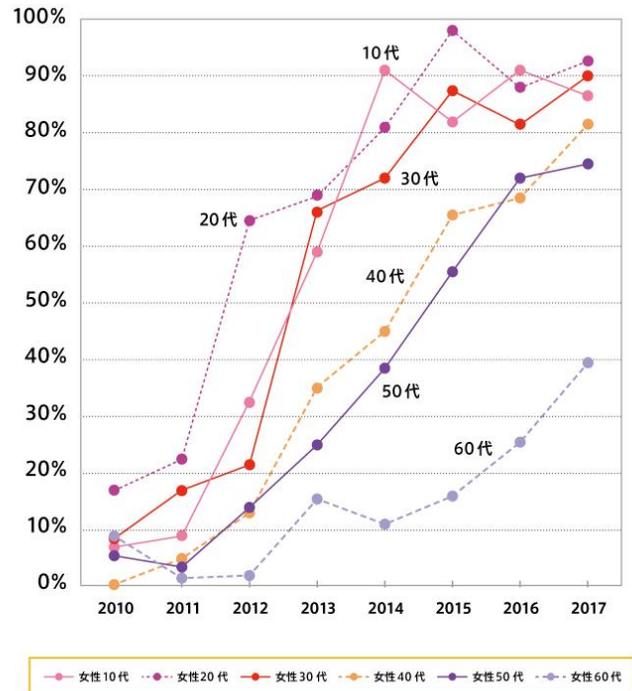


「スマートフォン」所有率の性・年代別 時系列推移:東京地区

[男性]



[女性]



④ 「メディアや情報に関する意識・態度」項目の最新2年比較：東京地区

「メディアや情報に対する意識・態度」に関する項目のうち、2017年に30%以上となった項目について、前年比±5ポイント以上の動きのあった項目を一覧表にした。それによると、最も大きな動きがあったのは「世の中の情報量は多すぎる」で+9.9ポイント。次に「インターネットの情報は、うのみにはできない」の+7.3ポイントと続く。

また「気になるニュースは複数の情報源で確かめる」が5.3ポイント上昇(16年:59.1%→17年:64.4%)する一方、「情報やコンテンツは無料で手に入るものだけで十分だ」が-6.8ポイント(16年:46.0%→17年:39.2%)と最も減少した項目となった。情報量の過剰感を感じつつ、あふれる情報の中で信頼できる確かな情報を求める生活者の気持ちの高まりが感じられる結果となった。

「メディアや情報に関する意識・態度」項目一覧
(2017年30%以上で前年比±5ポイント以上の増減ポイント順)

	2016年	2017年	増減
世の中の情報量は多すぎる	42.1	52.0	+9.9
インターネットの情報は、うのみにはできない	71.7	79.0	+7.3
スマートフォンを寝床に持ち込むことがある	49.4	56.3	+6.9
世の中の情報の発信元は、テレビ、ラジオなどのマスメディアだ	33.4	39.5	+6.1
朝起きて、最初に触れるのはスマートフォンだ	35.8	41.6	+5.8
気になるニュースは複数の情報源で確かめる	59.1	64.4	+5.3
情報やコンテンツは無料で手に入るものだけで十分だ	46.0	39.2	-6.8

●メディア総接触時間の性年代別比較(1日あたり・週平均 2017年):東京地区

