

2009年メディア環境研究所フォーラムより

# 「2009年、 9つのオーディエンス・クラスター」



Hakuhodo DY  
media partners

# 調査概要

- 調査手法：インターネット調査  
博報堂Hiパネルのモニターを使用
- 調査対象者： 10代(15歳以上)から60代  
までの男女個人  
各セル100名ずつ  
合計1200サンプル
- 調査エリア： 首都圏
- 調査時期： 2009年7月

## 【メディアに関する169項目】

1. テレビは、見たい番組があるときだけつける
2. テレビは、番組の途中でチャンネルを頻繁に変えながら見る
3. テレビは「ながら見」である
4. テレビをつけても、音声は消していることがある
5. 見たい番組を見た後、なんとなくそのままだけを見る
6. パソコンのチャットやニコニコ動画などで、コミュニケーションをとりながらテレビを見る
7. テレビを見ながら、同じ番組を見ている友人と、内容についてメールしあう
8. テレビを見ながらパソコンを触っていることがある
9. テレビを見ながら携帯電話を触っていることがある
10. 必ず見るようにしているテレビ番組がある
11. リアルタイム(放送時間中)に見るテレビ番組でも、録画する
12. 1週間のうち、録画するテレビ番組が決まっている
13. ハードディスクレコーダーにお気に入りのワードを設定して自動録画できるようにしている
14. テレビ番組は、リアルタイム(放送時間中)に見るよりも、録画して見ることのほうが多い
15. テレビ番組は、リアルタイム(放送時間中)に見て、録画はしない
16. 録画したテレビ番組は、途中を早送りしながら見る
17. 録画しても、結局見ないテレビ番組がある
18. 気に入ったテレビ番組は、データでなく、DVDやVHSで持っていたい
19. テレビ番組を録画して、自分の好きなように編集することがある
20. 録画したテレビ番組を見ると、広告は早送りして飛ばす
21. カーナビでテレビ番組を見る
22. 外出先で、携帯電話のワンセグでテレビ番組を見る
23. 家にいるときに、携帯電話のワンセグでテレビ番組を見る
24. パソコンのチューナーを使ってテレビ番組を見る
25. Youtubeやニコニコ動画などで検索してテレビ番組を見る
26. スポーツ中継は得点シーン等重要なポイントだけ見られればよい
27. テレビ番組は、1時間だと長いと感じる
28. テレビ番組は初めから終わりまで通して見るより、興味のあるコーナーだけを見る
29. テレビの連続ドラマは、いったん見始めると次回も連続して見たくなるほうだ
30. ドラマやアニメは、物語が毎回、1話で完結してくれるほうが好きだ
31. テレビはあらずじがわかれば見たような気になる
32. テレビのニュースは、短い時間で、数多くのヒックスを説明してくれるほうがいい
33. お気に入りのチャンネルやテレビ局がある
34. 友人や家族とテレビ番組について話題にする
35. 真剣に見るようにしているテレビ番組がある
36. テレビは何を見たらいいの、正直言うところからわからない
37. 家にいてもテレビを全くつけない日がある
38. リビングで、みんなでもテレビ番組を見ることがある
39. リアルタイムにテレビを見ているのに、巻き戻しや早送りをしそうになったことがある
40. 出演者によって見るドラマを決めることがある
41. 脚本家や監督によって見るドラマを決めることがある
42. 流行していたり話題になっているドラマを見る
43. よく見る番組でも、タイトルや、局などがわからないこともある
44. テレビの広告を見るのが好きだ
45. テレビは有料放送(スカパーやCATVなど)を見ることが多い
46. 食事をするときには、テレビをつけている
47. 新聞はテレビ観しか見ない
48. 仕事のために仕方なく新聞を読んでいる
49. 新聞の朝刊は分量が多すぎると思う
50. ニュースはパソコンや携帯電話のインターネットで読むので、紙の新聞は必要を感じない
51. 新聞はほとんどのページに目を通す
52. 新聞の折込チラシを見るのが好きだ
53. 新聞の広告を見るのが好きだ
54. 新聞を読まなくても特に困ることはない
55. 基本的に、新聞は読まない
56. 新聞の記事をテーマに、知り合いや家族と話し合うことがある
57. 複数の新聞(紙)を購読して、同じ記事の内容を比較することがある
58. 大きな事件があったとき、駅の売店などで新聞を買って読む
59. 気になったニュースについては、あとで新聞で読んで確認する
60. 駅の売店で、スポーツ紙夕刊の見出しをチェックする
61. 新聞を読むときは、その日の空いた時間に少しずつ読む
62. 継続して読んでいる、新聞の連載記事やコラムがある
63. 新聞を読みながらテレビを見ることがある
64. 新聞は、一つ一つの記事量は少なくてもいいから、たくさんの記事を載せて欲しい
65. 新聞のよさは、全体を俯瞰して読めることだと思う
66. 新聞は読み出すと一気に読んでしまう
67. フリーペーパーをよく読むほうだ
68. ほぼ毎号読んでいる雑誌(漫画雑誌を除く)がある
69. 雑誌の広告を見るのが好きだ
70. 雑誌を立ち読みすることが多い
71. 気に入った雑誌は、買って読む
72. 雑誌は一冊全部ではなく、興味のあるページだけを読む
73. インターネットを使うようになって、雑誌を読まなくなった
74. 雑誌は中吊り広告で見出しを見ただけで、読んだ気になる
75. 雑誌は特集によって選ぶ
76. 気に入った雑誌の記事は繰り返し読む
77. 本は、ランキングや書評、人の勧めなどを参考にして買う
78. 書籍は、パソコンや携帯電話などでなく、本で読むものだと思う
79. ぶらりと書店に入って、あれこれ本を手取るのが好きだ
80. 気に入った本は繰り返し読む
81. 本は買って読むものと、借りたり立ち読みで済ませるものを区別している
82. 書店に行ったら自分の興味ある売り場しか見ない
83. 作者が誰かを意識しないで本を買うことがある
84. 表紙やタイトルの印象だけで本を買うことがある
85. シリーズものは全巻そろえたいほうだ
86. 小説は横書きにした方が読みやすいと思う
87. 小説がきっかけで、歴史や人物、事件などに興味を持つようになった経験がある
88. 流行していたり話題になっている本を読む
89. 本は筋書きがわかればそれでよい
90. 1時間くらいで読みきれ本を読むことが多い
91. ほぼ毎号読んでいる漫画雑誌がある
92. 漫画を読むなら、連載で読むより、まとめて単行本で読む
93. 最近、百科事典や辞書を利用して、調べ物をした
94. 映画は、ブログや専門誌で評判を調べてから見に行く
95. 気に入った映画の解編は、見たくなる
96. 自宅で映画を見るときに、早送りすることがある
97. 気に入った映画は繰り返し見る
98. 出演者によって見る映画を決めることがある
99. 気に入った映画は、DVDやVHSなどで持っていたい
100. 映画はDVDになってから見ることが多い
101. 映画は映画館で見るほうだ
102. 脚本家や監督によって見る映画を決めることがある
103. タイトルやジャケットの印象だけで、CDやDVDを買うことがある
104. 解説や予備知識が必要な難しい映画は見たくない
105. 映画は、時間つぶしのために見ることが多い
106. 映画は、予告編だけで見たような気になる
107. 流行していたり話題になっている映画を見る
108. 映画は、あらずじがわかればそれでよい
109. CDを買うとき、インターネットのランキング・レコメンド・レビューを参考にする
110. 音楽は好きな曲だけを聴いてアルバムでは買わない
111. 音楽は、移動中や向かするときの「流し聞き」が多い
112. 気に入った音楽は繰り返し聴く
113. 音楽は、ファイルやデータで持っていればよいので、CDやレコードは必要ない
114. 音楽は、無料のダウンロードでしか聞かない
115. CDショップに行ったら自分の興味ある売り場しか見ない
116. 音楽は、流行していたり話題になっている音楽を聴くことが多い
117. スピーカーではなくヘッドフォンで音楽を聞く
118. クリアに聴こえれば、音質にはこだわらない
119. ラジオ番組を、MP3プレーヤーや携帯電話など、ラジオ以外のメディアで聴く
120. ラジオの広告が好きだ
121. 何かするときに、ラジオをつけてバックグラウンドに流しておく
122. 時計がわりにラジオをつけることがある
123. ラジオ番組は、誰が出演しているかで選ぶ
124. 車の運転をしなから、ラジオを聴くことが多い
125. スポーツの中継をラジオで聴く
126. ラジオ番組を、録音して聴くことがある
127. お気に入りのラジオ局がある
128. 日ごろから、ラジオを聴く習慣がある
129. 朝起きたらまず携帯電話のメールやニュースをチェックする
130. お風呂に携帯電話を持ち込むことがある
131. 電車の中で、携帯電話やゲーム機で録画した番組を見る
132. 携帯電話でインターネットの情報をただら見てしまう
133. 何かのニュースを最初に知るきっかけは、携帯電話から、ということが多い
134. 食事中も、携帯電話を手放さない
135. 歯磨き中に、携帯電話でメールをしたり、ブログを読んだりする
136. はてなブックマークなどで、インターネットで流行りの話題をチェックしている
137. 毎日習慣で読んでいる、WEBサイトやブログがある
138. RSSリーダーなどで、お気に入りのサイトの更新を管理している
139. RSSリーダーなどで、興味のあるニュースが、自動的に集まるように設定している
140. Twitterを日常的に使っている(読むだけを含む)
141. ブログパーツやガジェットを、積極的に利用している
142. インターネットの広告をクリックすることが多い
143. 人気ブロガーのブログをチェックしている
144. 特に目的もなく、「ネットサーフィン」をすることがある
145. 自宅のパソコンのスイッチはいつも入れっぱなしにしている
146. 暇なとき、なんとなくパソコンでいろいろなサイトを見て時間を過ごす
147. レコメンドーション(おすすめ)情報は煩わしいと思う
148. 時間を忘れてYoutubeなどの動画に熱中してしまうことがある
149. 物を買う時には、インターネットで比較したりチェックしたりする
150. インターネットを利用するときは、複数のサイトを立ち上げる
151. 「続きはウェブで」と言われると、見たくなる
152. 気になったニュースは、インターネットで詳細を確認する
153. 気になったニュースについては、新聞で解説を読みたい
154. ニュースは興味はわくと、いろいろ調べたくなる
155. 世の中への影響力は、テレビや新聞よりも、インターネットの方が大きいと思う
156. 自分への影響力は、テレビや新聞よりも、インターネットの方が大きいと思う
157. マスメディア情報とインターネットの情報を、比較してみることがある
158. インターネットで複数のニュースを比較してみることがある
159. ニュースは、ウェブで要約されたものを読む
160. ニュースは、詳しい内容を知らなくても、ヘッドラインで十分だと思える
161. ニュースはスピード性が大事だと思う
162. 電車の中の広告を見るのが好きだ
163. 屋外看板やポスターなどを見るのが好きだ
164. ミクシなどSNSの日記やブログで、人にコンテンツを薦めることがある
165. ○○責任編集、○○が選んだ、といわれると読んでみたくなる
166. 「オンエア1回だけの番組」もうすぐ配信終了」と言われると思わず見たくなる
167. 映画やテレビがきっかけで、歴史や人物などに興味を持つようになった経験がある
168. 情報は、自分が欲しいものだけがあればよい
169. 好きなタレントや有名人が広告している商品には関心がある

# 調査結果サマリー

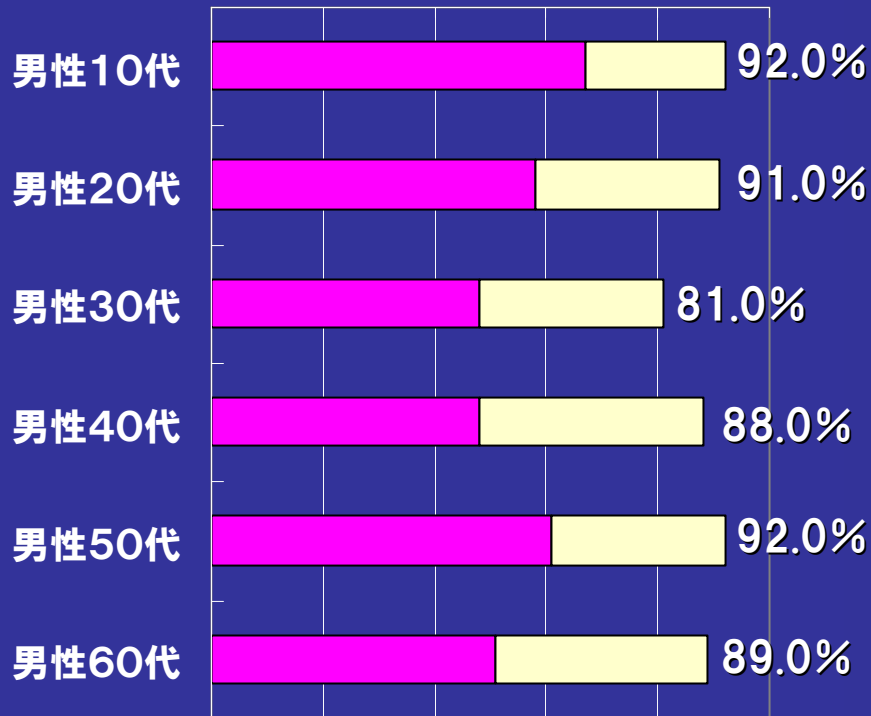
# (1) 第一部VTRに出てきた行動の検証

## ① 食事をするときには、テレビをつけている

⇒ 全体平均: 89%

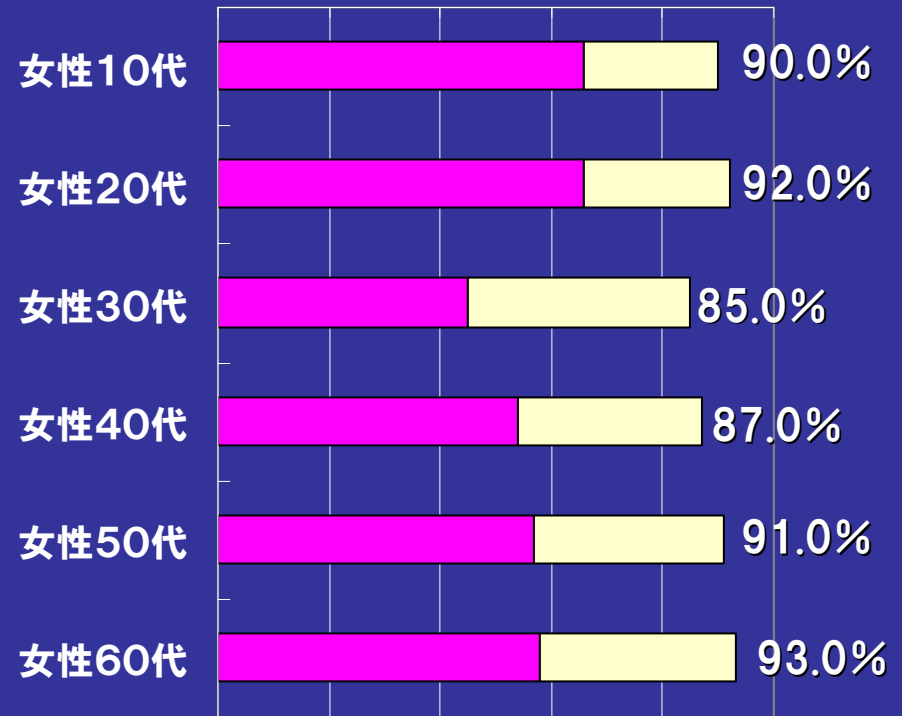
■ 大変あてはまる／よくある ■ まああてはまる／時々ある

0.0 20.0 40.0 60.0 80.0 100.0



■ 大変あてはまる／よくある ■ まああてはまる／時々ある

0.0 20.0 40.0 60.0 80.0 100.0

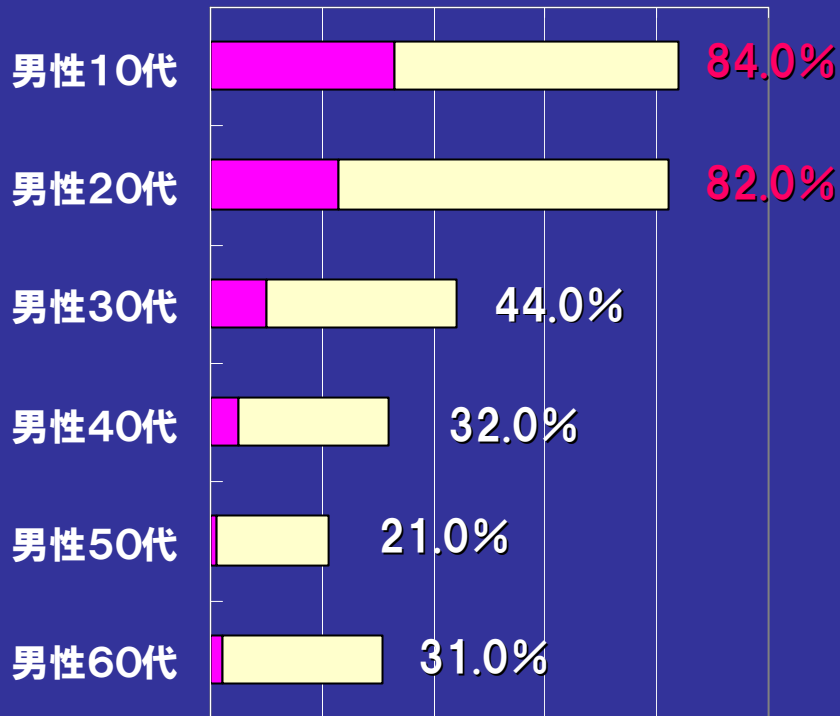


# (1)第一部VTRに出てきた行動の検証

②テレビを見ながら、携帯電話を触っていることがある ⇒全体平均:53%

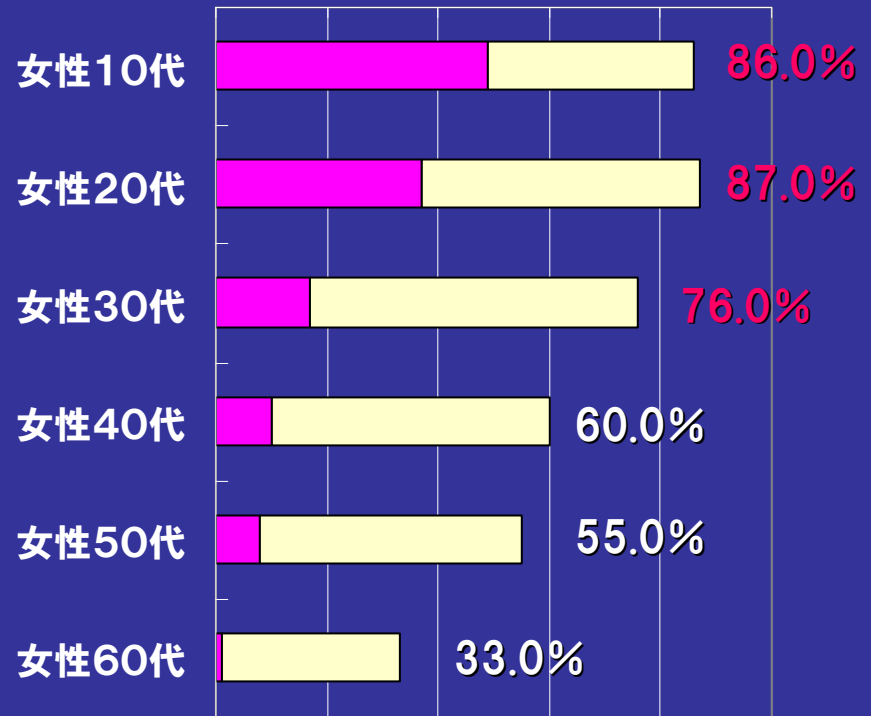
■ 大変あてはまる/よくある ■ まああてはまる/時々ある

0.0 20.0 40.0 60.0 80.0 100.0



■ 大変あてはまる/よくある ■ まああてはまる/時々ある

0.0 20.0 40.0 60.0 80.0 100.0



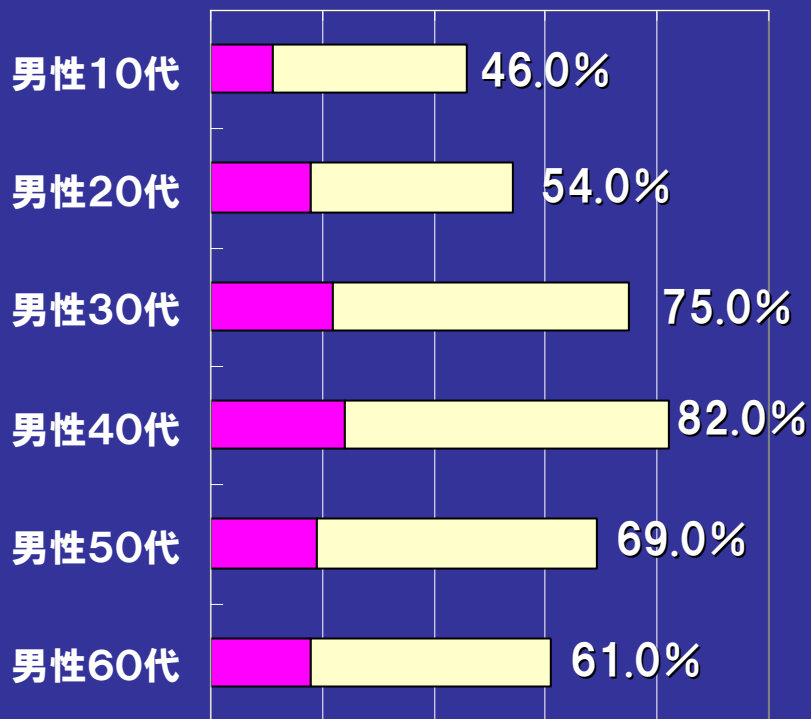
# (1) 第一部VTRに出てきた行動の検証

## ③ 新聞の折込チラシを見るのが好きだ

⇒ 全体平均: 75%

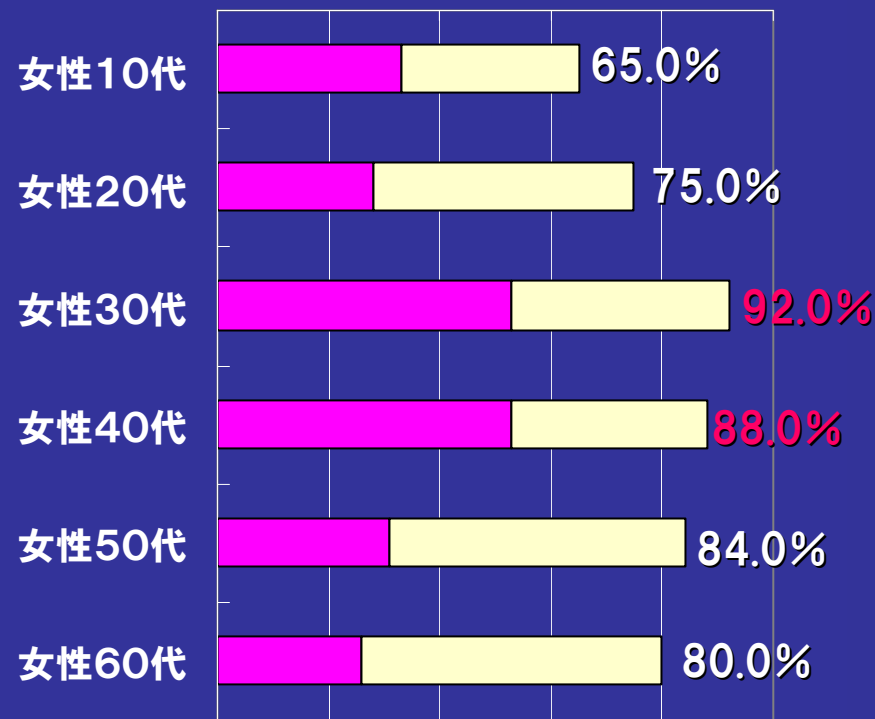
■ 大変あてはまる／よくある ■ まああてはまる／時々ある

0.0 20.0 40.0 60.0 80.0 100.0



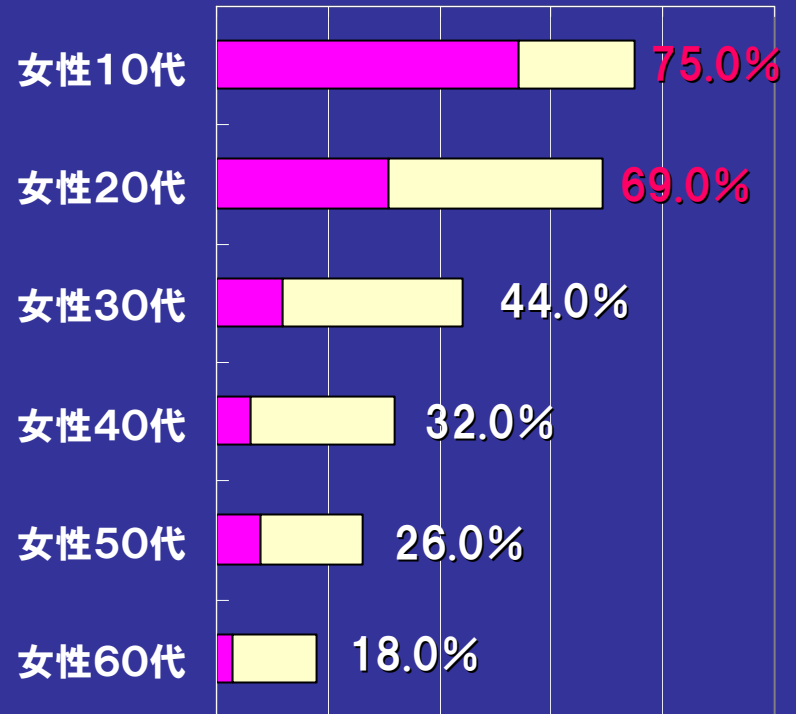
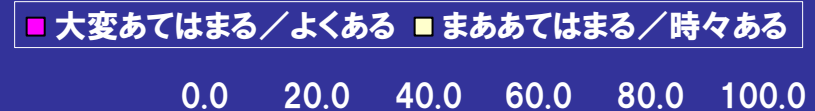
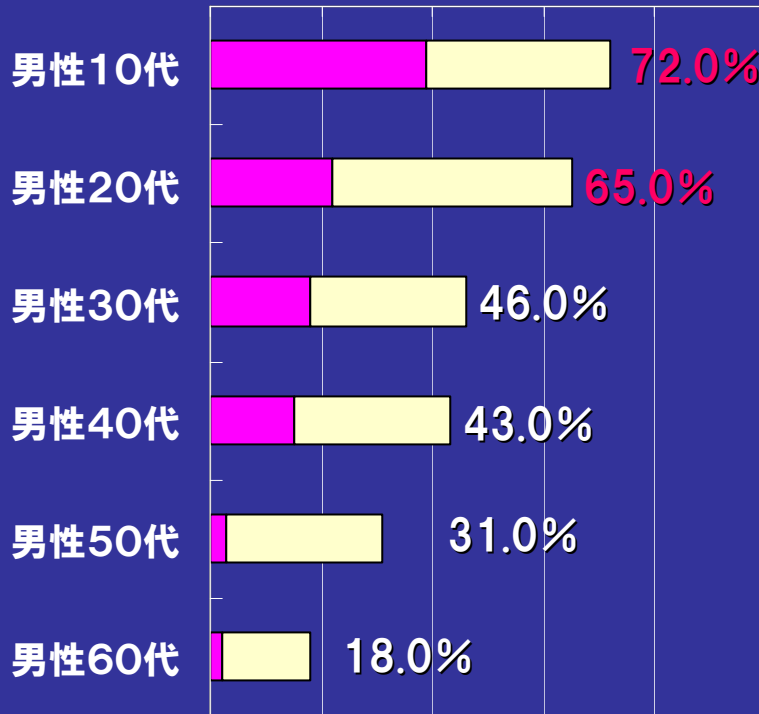
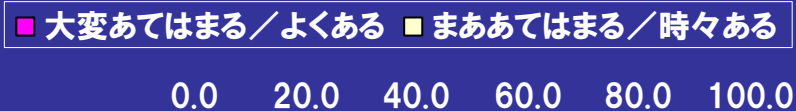
■ 大変あてはまる／よくある ■ まああてはまる／時々ある

0.0 20.0 40.0 60.0 80.0 100.0



# (1) 第一部VTRに出てきた行動の検証

## ④ 時間を忘れてYoutubeなどの動画に熱中してしまうことがある ⇒ 全体平均: 41%





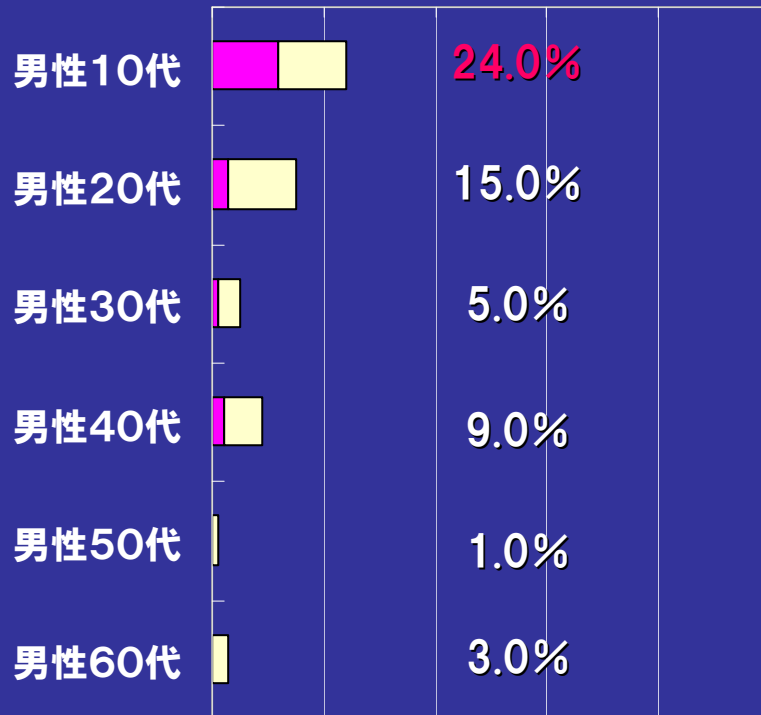
# (1)第一部VTRに出てきた行動の検証

## ⑤お風呂に携帯電話を持ち込むことがある

⇒全体平均:8%

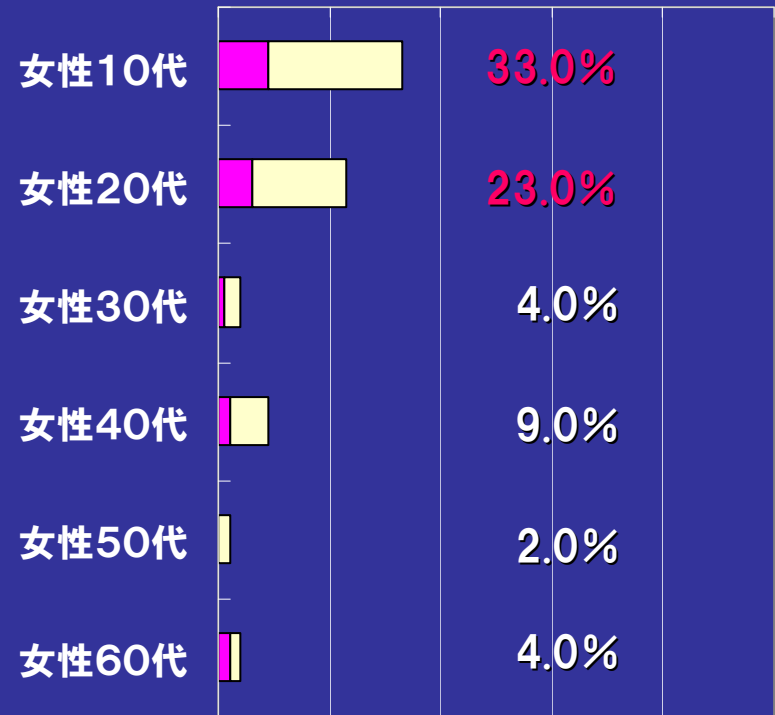
■ 大変あてはまる／よくある ■ まああてはまる／時々ある

0.0 20.0 40.0 60.0 80.0 100.0



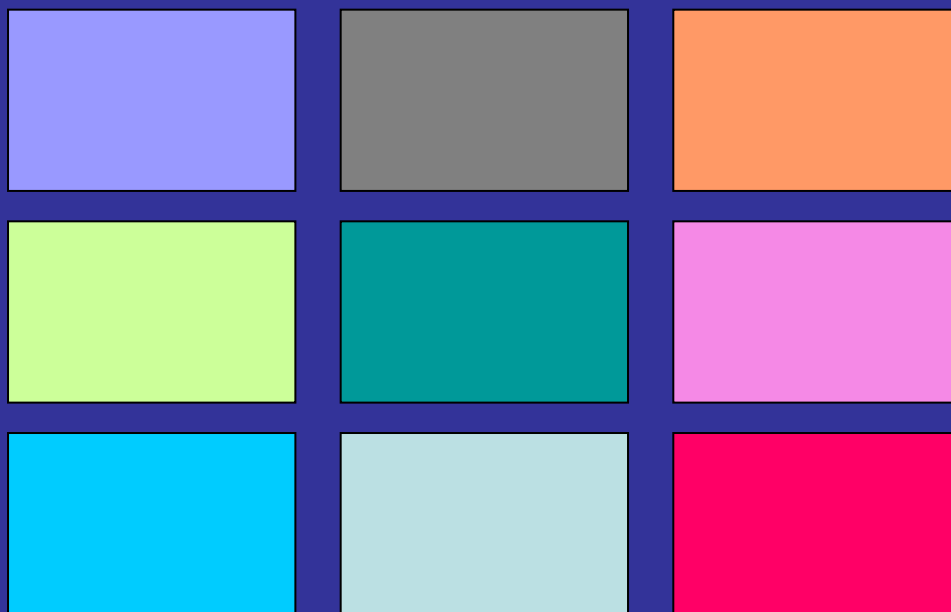
■ 大変あてはまる／よくある ■ まああてはまる／時々ある

0.0 20.0 40.0 60.0 80.0 100.0



## (2)9つのクラスター分類

169項目に対して、どのように反応したかをもとに、対象者1200人を9つのクラスターに分類してみました。



## (2)9つのクラスター分類

### ①因子分析

169項目(変数)を、反応の似た同士(12の因子)に分類。

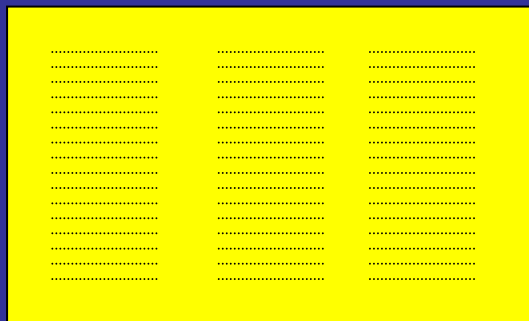
### ②クラスター分析

各対象者の因子それぞれへの影響度(因子得点)から、類似性の高い9つの塊(クラスター)に分類。

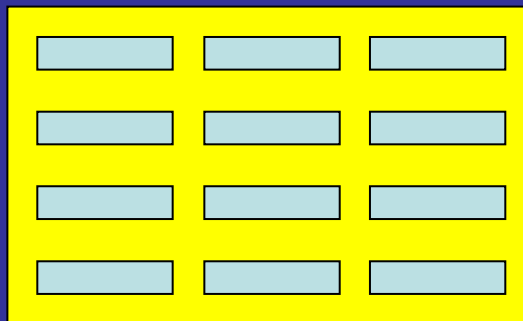
169項目

12の因子

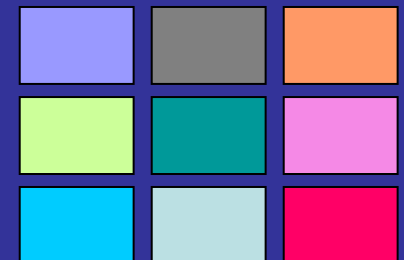
9クラスター



①



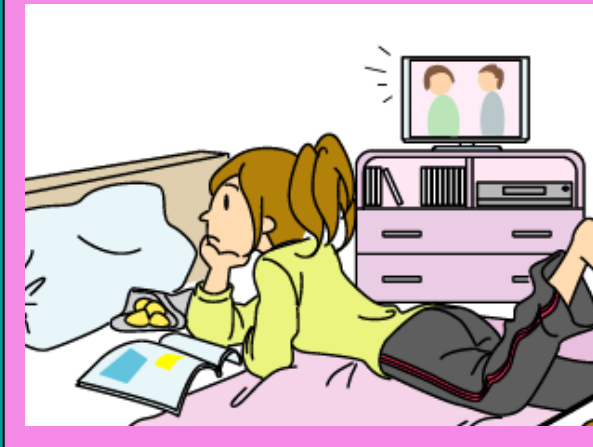
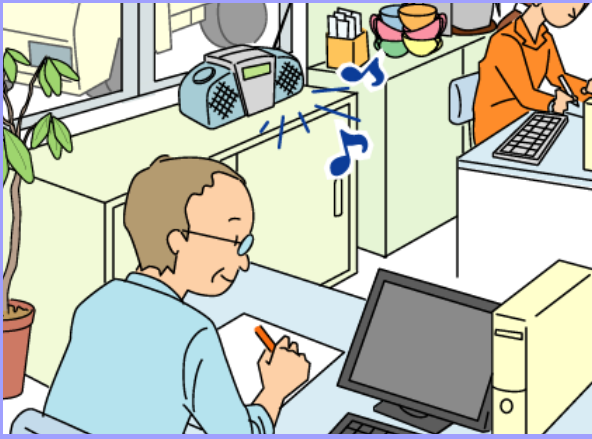
②



男

多

女



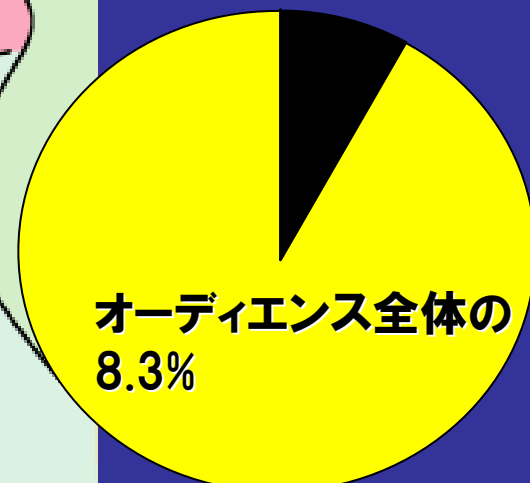
男多い 性別 女多い

# パソコン草食男子



基本的に情報は何でも  
ネットでチェック。  
特にオタクではないが、  
いつでもPCをつけっ放し  
で、マメに情報収集を  
行っている。

世の中の動きには敏感  
に対応し、趣味や勉強も  
怠らないが、食事や睡眠  
が不規則で、心身の健康  
には、ちょっと自信が  
ない。



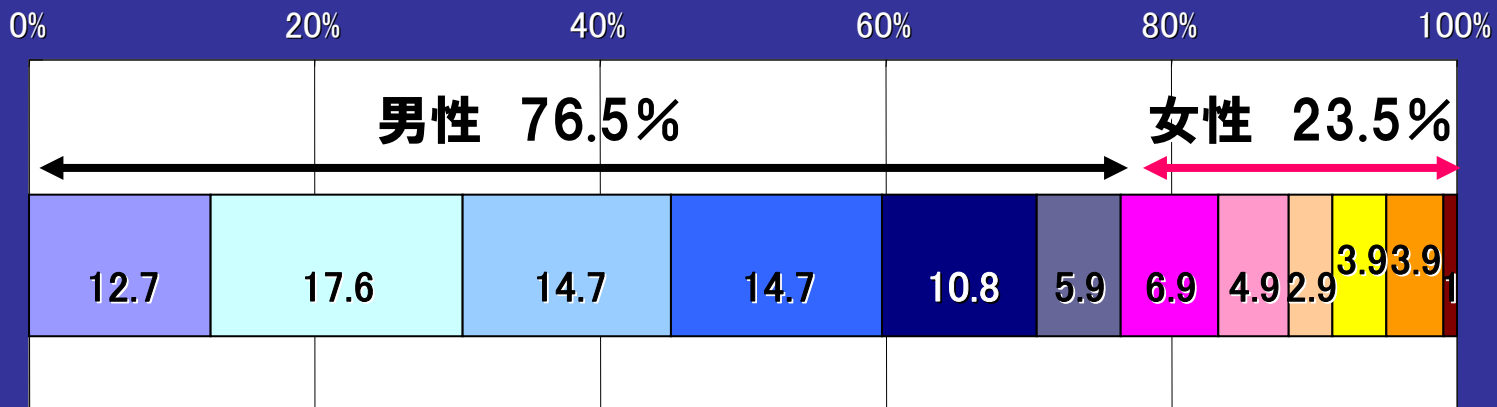
# パソコン草食男子の基本属性①



●男性比率は8割弱で、全層中で最高。

●男性の内では20代が最も多く、次いで30代、40代、10代。

●平均年齢35.3歳。未婚率は55.9%。



■ 15-19男 ■ 20-29男 ■ 30-39男 ■ 40-49男 ■ 50-59男 ■ 60-69男  
■ 15-19女 ■ 20-29女 ■ 30-39女 ■ 40-49女 ■ 50-59女 ■ 60-69女

## パソコン草食男子の基本属性②

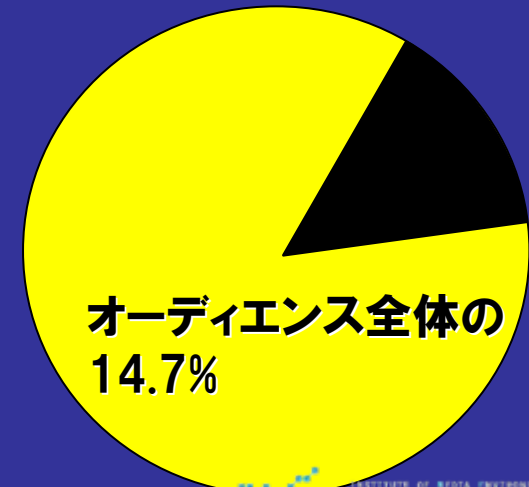


- 職業別では会社員と学生を合わせて全体の6割を超える。事務系サラリーマンは少なく、技術系や営業、販売職が目立つ。事業主も約1割。
- 世帯年収平均は、全層中で2番目に高い。
- パソコンでネットしている時間が一日平均160.98分で、ダントツに長い。
- テレビはもっぱら録画が中心。地上波の他にBS,CSをよく見る。スポーツ紙の購読率は全層中でナンバーワン。

# おとなミーハー

新聞・テレビなど旧来メディアを愛好しつつ、ネットも使いこなし、流行情報もそつなくゲット。

80年代に青春を謳歌したバブル世代が中心。景気が悪くても、消費意識は旺盛で、経済的にも精神的にも、余裕と自信あり。



オーディエンス全体の  
14.7%

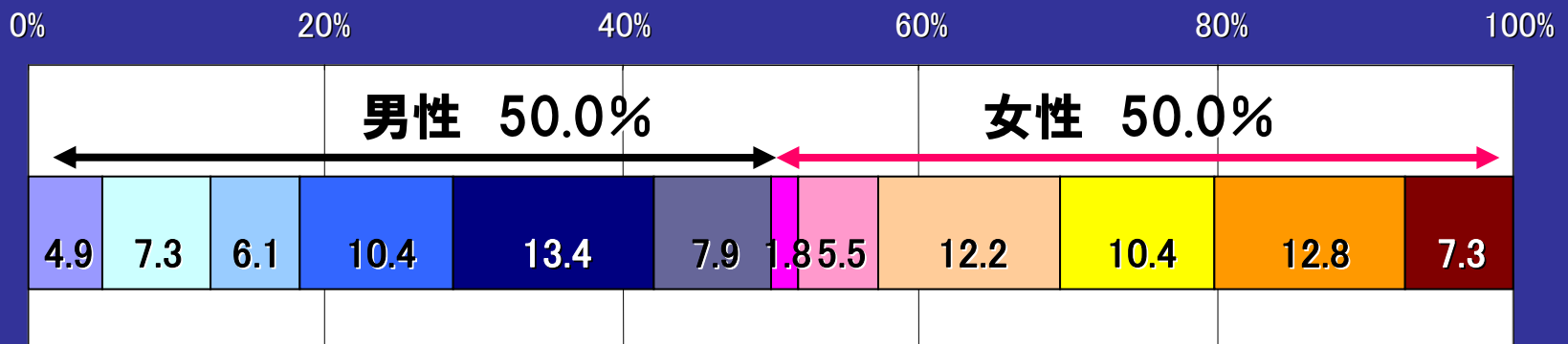




# おとなミーハーの基本属性①

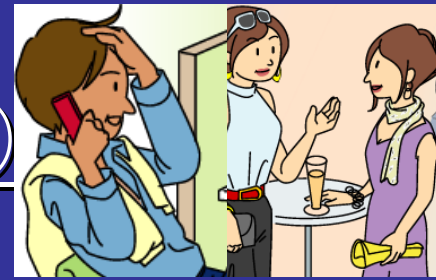


- 男女ちょうど半数ずつ。
- ボリュームゾーンは50代男女。  
全体の6割以上を40代以上が占める。
- 平均年齢43.63歳。やや高め。



■ 15-19男 ■ 20-29男 ■ 30-39男 ■ 40-49男 ■ 50-59男 ■ 60-69男  
 ■ 15-19女 ■ 20-29女 ■ 30-39女 ■ 40-49女 ■ 50-59女 ■ 60-69女

## おとなミーハーの基本属性②



- 配偶者との離別率が、全層中で最も高い。
- 職業別では会社員が多く、管理職や事務系のサラリーマンが中心。自ら事業を行なう人も1割ほど。また、専業主婦の比率も高い。
- 世帯年収平均は、全層中で最高。
- 6メディア全体の接触時間は短いほうだが、新聞を読んでいる時間は他層に比べて最も長く、テレビもそこそこ見ている。

# つまみ食い漂流女子



社会性を気にすることなく、自分の好きなメディアだけをつまみ食い。

お金をかけて、コンテンツを楽しむ余裕はないので、食やファッションと同じように、「ファストメディア」主義。

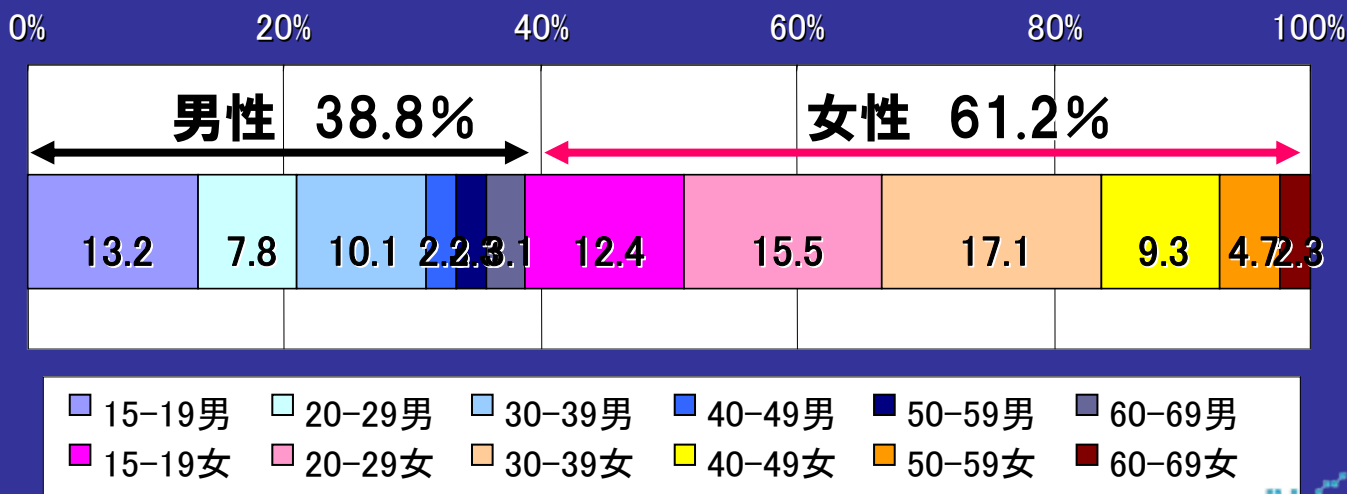
お気楽に生きているようで、実は生活や将来に不安を感じている。

オーディエンス  
全体の10.0%

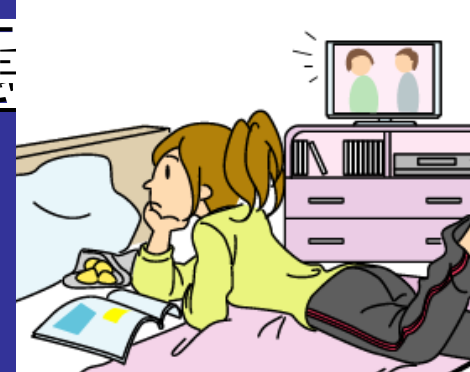
# つまみ食い漂流女子の基本属性



- 女性が6割以上を占める。
- 20—30代女性が最も多い。  
10代男女も多い。
- 平均年齢32.05歳。



# つまみ食い漂流女子の基本層

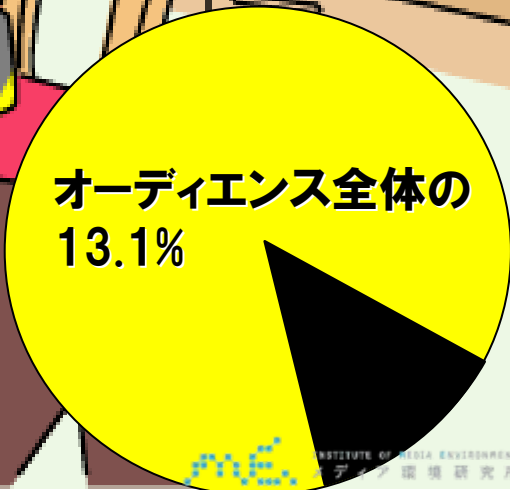
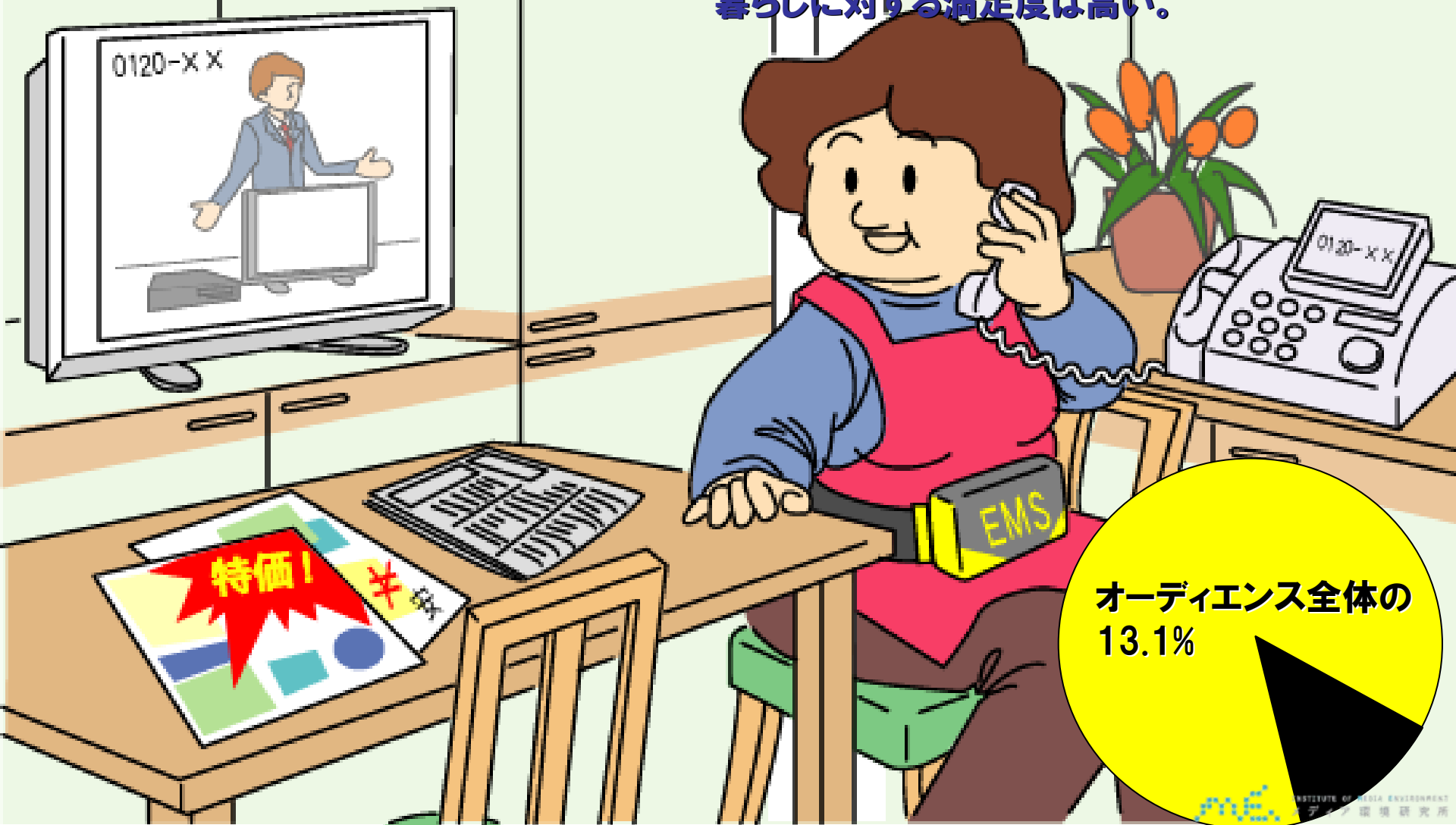


- 事務系の会社員、パート・アルバイトが多く、専業主婦の比率は平均以下。
- 未婚率は約5割、ひとり暮らし率が最も高い層だが、未就学児を持つ人も多い。
- 世帯年収平均は、低い方から2番目。
- 一番よく使っているメディアはインターネット。新聞を定期購読していない人が約半数で、最も多い。BSもCSも見えていない、という人も全層中で最多。

# アナログ奥さん

在宅時間が一番長そう。  
テレビと新聞からほとんどの情報を得て、ネットには縁遠い。通販だってテレビとカタログで注文。

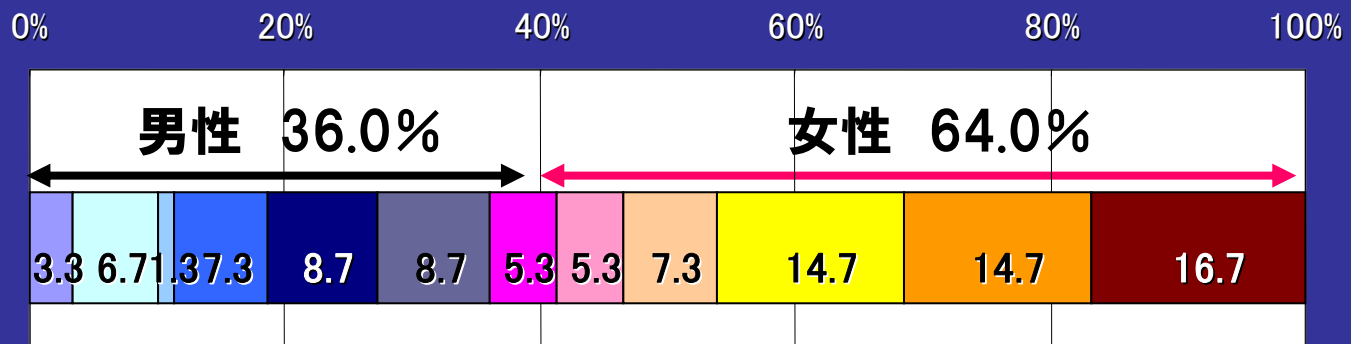
快適な家庭を拠点に充実した毎日を送っており、暮らしに対する満足度は高い。



# アナログ奥さんの基本属性①



- 女性が64%。「コンテンツ熱中ガール」に次いで女性比率が高い。
- 40－60代の女性だけで、層全体の半数！
- 平均年齢45.63歳。



# アナログ奥さんの基本属性①



- 専業主婦率は全層中で最高。
- 世帯年収は全体平均を少し下回る。
- テレビを見ている時間、一日あたり平均3時間以上（1位）。  
新聞を読んでいる時間は、同じく30分以上（2位）。
- 「広告」や「チラシ」を情報源として重視。  
流行や新しいものにはあまり強くない。



# 情報ハンターボーイ



ブログもTwitterも日常的に使いつつ、マスメディアからも幅広く情報摂取。結構ラジオも聴いている。

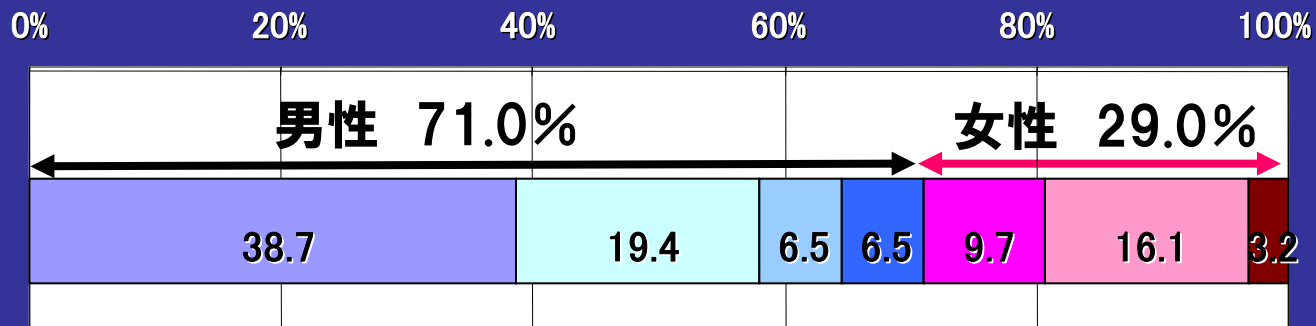
情報感度には、かなりの自信を持っている。自由な時間は豊富だし、友だちもたくさんいて、毎日が楽しいが、お金は、ない。

オーディエンス全体の  
1.8%

# 情報ハンターボーイの基本属性①



- 男性が7割。
- 10代男性が全体の4割を占めて圧倒的に多い。  
10-20代男女を合わせると、全体の8割以上。
- 平均年齢23.74歳で、全層で2番目に若い。



## 情報ハンターボーイの基本属性②



- 高校生を中心に、学生が非常に多い。
- ひとり暮らし率12.9%は、全層中で最も高い。
- 世帯年収平均は、9クラスター中最も低い。
- テレビはそれほど見ておらず、視聴時間は全層中低いほうから2番目。雑誌やラジオの接触時間が長い。
- 携帯電話でインターネットを活用しており、ケータイネット通販の利用経験も4割。

# おしごとがシニア

日頃、メディアにあまり触れておらず、情報にも興味を示さない。インターネットのパネルなのに、ネットリテラシーも低い。

趣味や勉強など、リアルな活動や人付き合いが忙しいために、メディアの優先順位が低い様子。

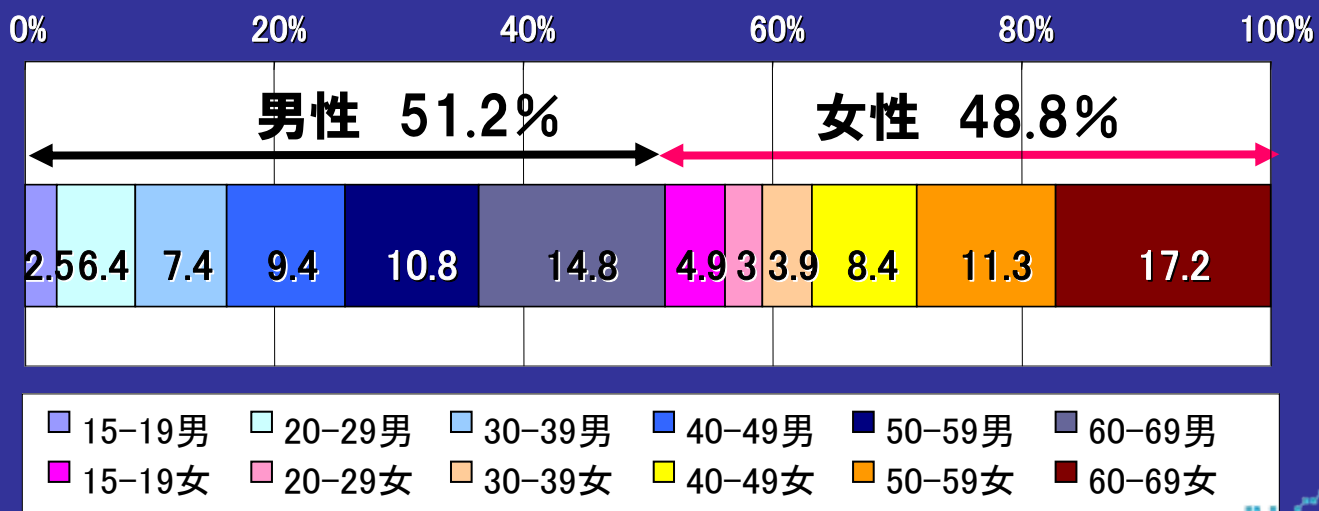


オーディエンス全体の  
18.3%

# おいそがシニアの基本属性①



- 男女比率はほぼ半数ずつ。
- 最も多いのは60代男女。50代以上で全体の半数を占める。
- 平均年齢47.90歳で、全層中最も高い。

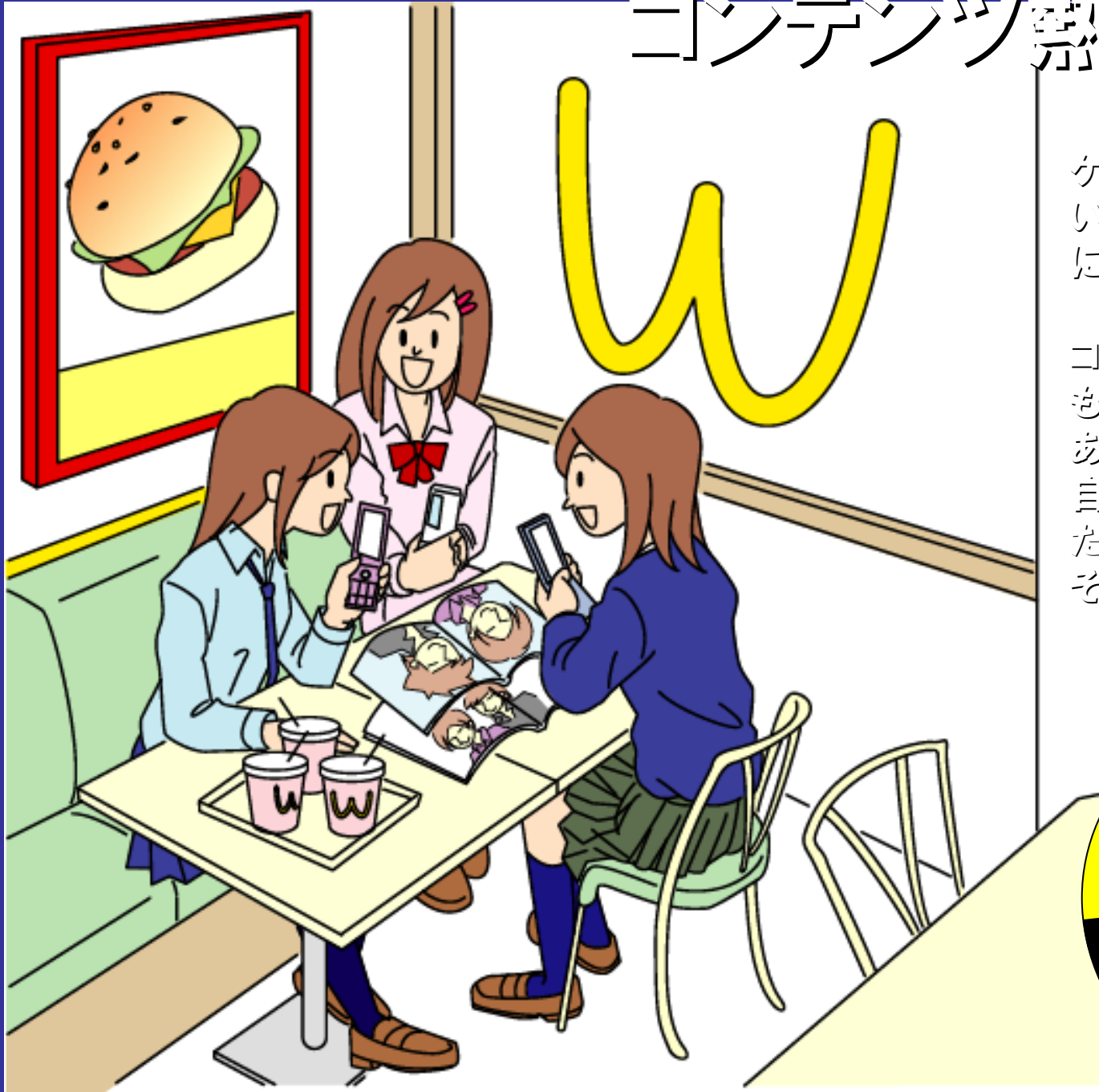


## おいそがシニアの基本属性②



- 会社員(管理職が多い)と専業主婦が中心。
- 夫婦のみの世帯の比率が全層中最も高い。
- 世帯年収平均はやや高め。
- メディア接触時間は全層中で最も短い。
- 新商品や広告、ブランドなどに対する関心も低い。

# コンテンツ熱中ガール



ケータイなしには生きていけない女の子達。人生に対して前向きで、元気。

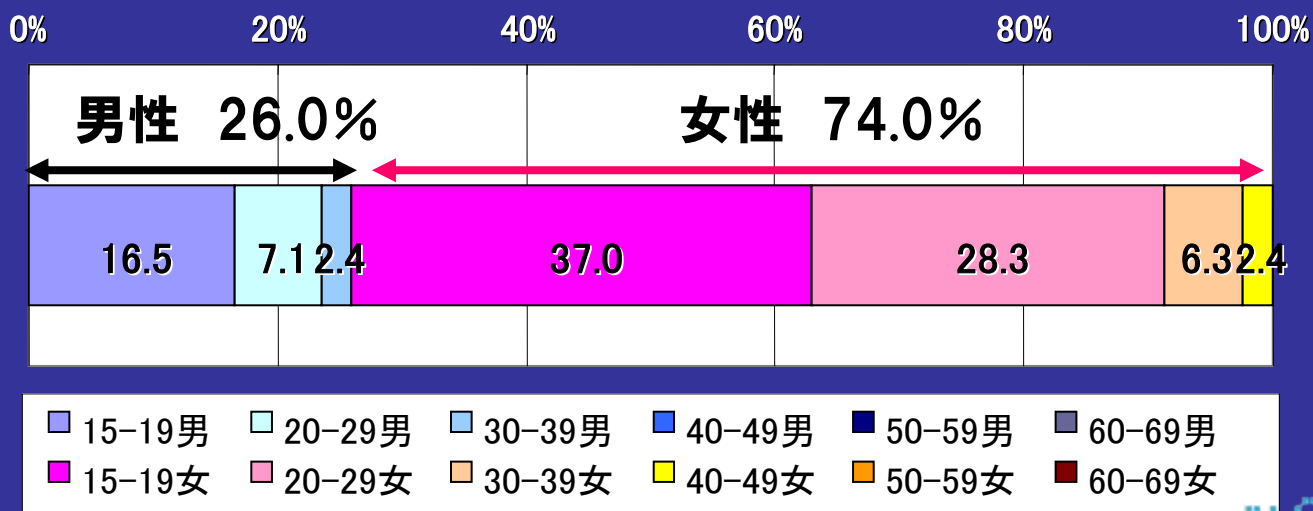
コンテンツは自分の好きなものを熱心に追いかけてあまりつまみ食いしない。自分の感性を重視するためか、ブランド意識はそれほど強くない。

オーディエンス全体の  
6.9%

# コンテンツ熱中ガールの基本属性①

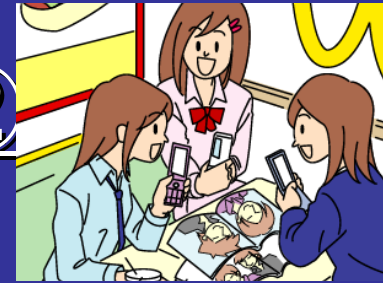


- 女性比率が7割を超えて全層中で最も高い。
- 10代女性が非常に多く、3分の1以上を占める。20代まで合わせると、全体の約6割。
- 平均年齢21.23歳で、全層中最も若い。





## コンテンツ熱中ガールの基本属性②

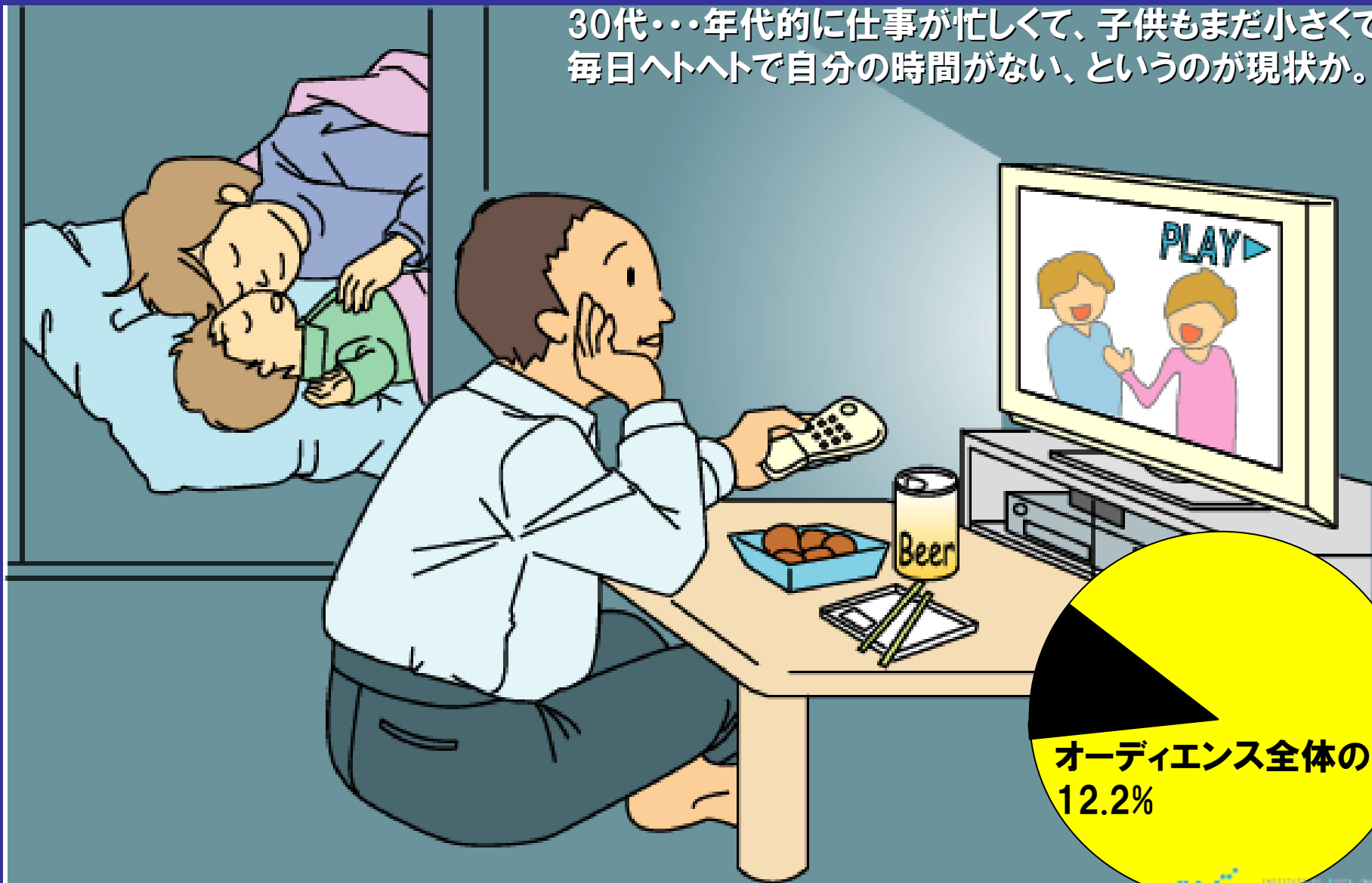


- 高校・大学生が全体の6割。社会人は少ない。
- 8割は「2世代世帯」であり、親との同居。
- 世帯年収は、やや平均を下回る。
- 携帯ネットの利用時間が1日あたり2時間近くもあるが、その他のメディア接触の時間はおしなべて少ない。
- 新製品や広告への関心は高いが、ブランド意識は低い。

# 低体温30's

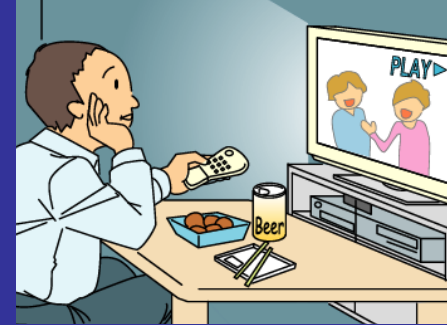
就職氷河期を経験した団塊ジュニア世代が中心。  
テレビは結構見ているけれど、メディア接触も情報感度も低く、「録画」以外にこれといって特徴がない。

30代・・・年代的に仕事が忙しくて、子供もまだ小さくて、毎日へトへトで自分の時間がない、というのが現状か。

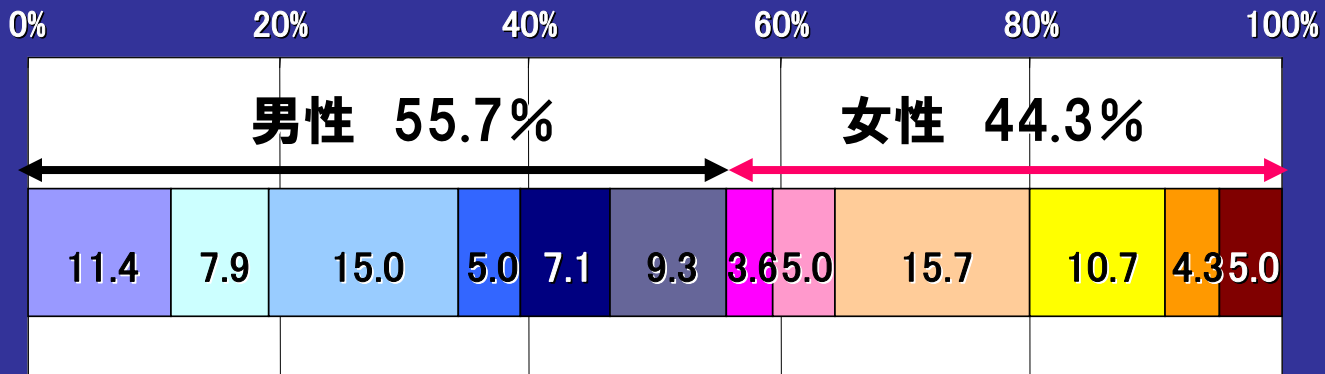


オーディエンス全体の  
12.2%

# 低体温30'sの基本属性①



- 男性のほうが少しだけ女性よりも多い。
- 男女とも、30代の比率が最も高い。
- 平均年齢は38.11歳。全体平均とほぼ同じ。



## 低体温30'sの基本属性②



- 会社員の比率が、他層に比べてやや高い。
- 「未就学児がいる」率が最も高く、3割弱。
- 世帯年収は、低い方から3番目。
- テレビは一日に平均2時間50分見ている長いほうだが、その他メディアとの接触時間は全体に短い。
- 新製品や広告への関心も低い。

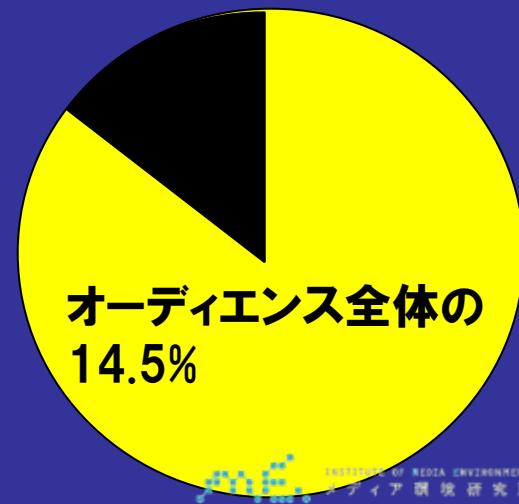
# ラジオさん



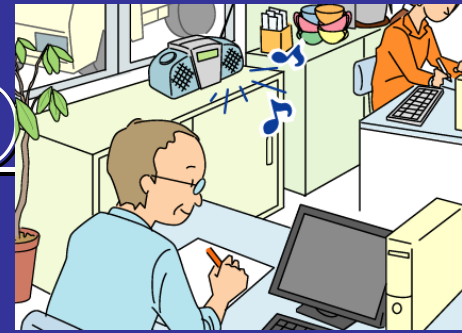
「ラジオ」が文字通り生活の一部になっている。

情報感度は高めで、広告にも関心がある。  
インターネットも賢く活用。

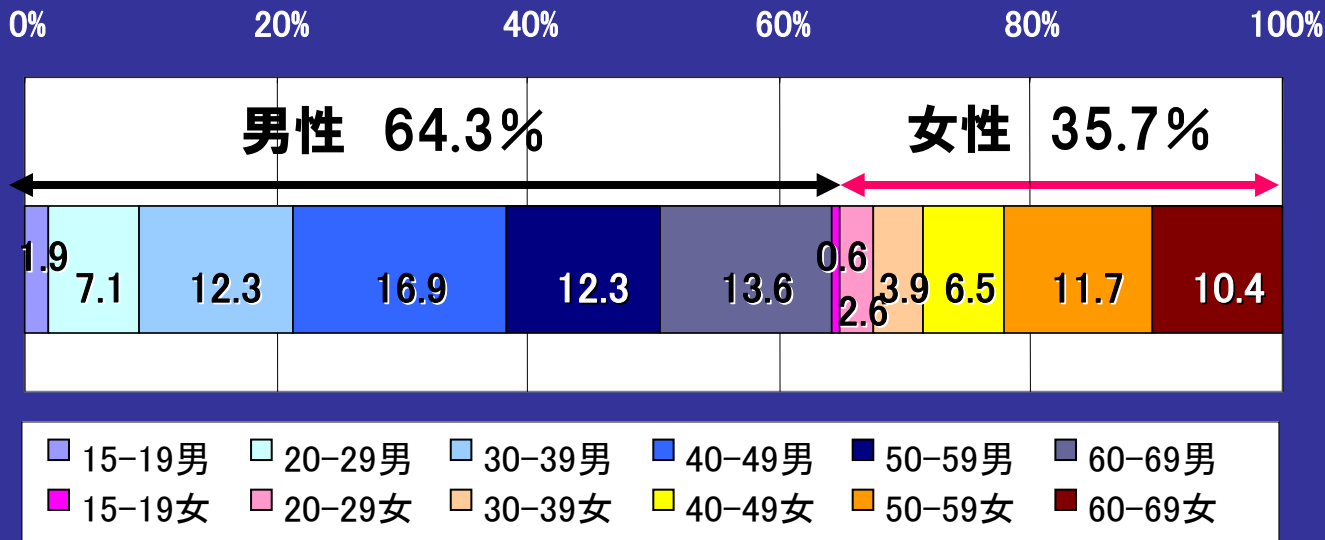
心身ともに健康で、豊かな人生を送る人たち。  
決して少数派ではない。



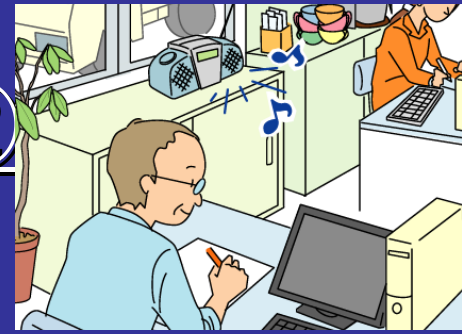
# ラジオジさんの基本属性①



- 64%が男性。
- 40－60代の男性が中心だが、女性も50－60代が目立つ。
- 平均年齢47.21歳。「おいそがシニア」の次に高い。



## ラジオジさんの基本属性②

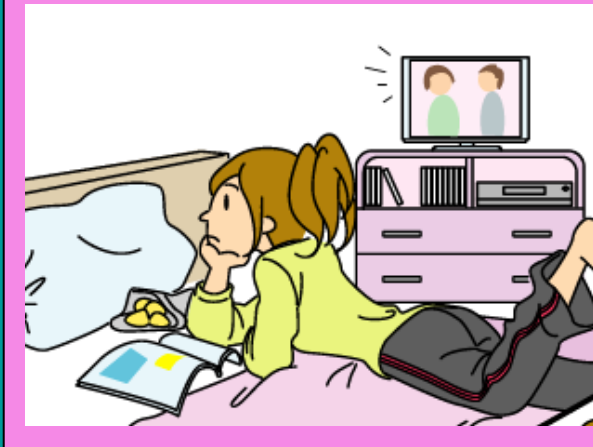
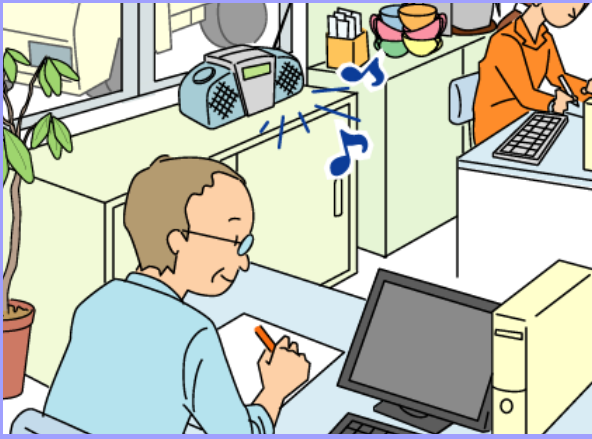


- 会社員、事業主の比率が全層中で最も多い。
- 一戸建て持ち家率、ナンバーワン。
- 世帯平均年収は、3番目に高い。
- メディア接触では、とにかくラジオを聴いている時間が長く、1日あたりの平均で2時間を超える。
- 広告やネット情報にも興味を持つ。

男

多

女



男多い 性別 女多い