

報道関係各位

2011年6月15日  
株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

**メディア接触総時間は昨年並みの350分。インターネットの接続時間はさらに増加傾向。  
～博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所「メディア定点調査2011」～**

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:吉田弘)は、生活者のメディア接触の現状を分析する「メディア定点調査2011」を行いました。

東京地区の調査結果によると、生活者のマス4媒体とインターネット2媒体(パソコン、スマートフォンを含む携帯電話)を合わせた1日のメディア接触総時間は、週平均で5時間50分。2008年まで減少傾向にあったメディアの接触総時間は、2009年に反転し増加傾向にありましたが、2011年は横ばいで昨年とほぼ同じ数値となっています。一方で、パソコンおよび携帯電話からのインターネット接続時間の増加は目立っています。

パソコンからのインターネット接続時間は、2008年に一旦減少しましたが、2009年から再び増加傾向にあります。また、携帯電話からのインターネット接続時間は毎年顕著に増加しており、2007年からの4年間で倍以上になっています。動画投稿・閲覧サービス、ネットショッピング、ミニブログ(Twitter等)への書き込み時間が増えたことが要因としてあげられます。20代女性のミニブログ利用経験は2010年の47.2%から2011年は70.7%と急増しています。スマートフォンの普及なども大きく影響しています。

スマートフォンの所有状況は、2011年で16.5%で、2010年の9.8%から伸びています。性年齢別の所有状況は、男性20代30代が35%を超え、女性20代も22%となっています。さらに、男性20代の68.6%がスマートフォンを持ちたいと思うと回答していることを筆頭に、性別に関係なくほとんど全ての年齢層で高い所有意向が見て取れます。

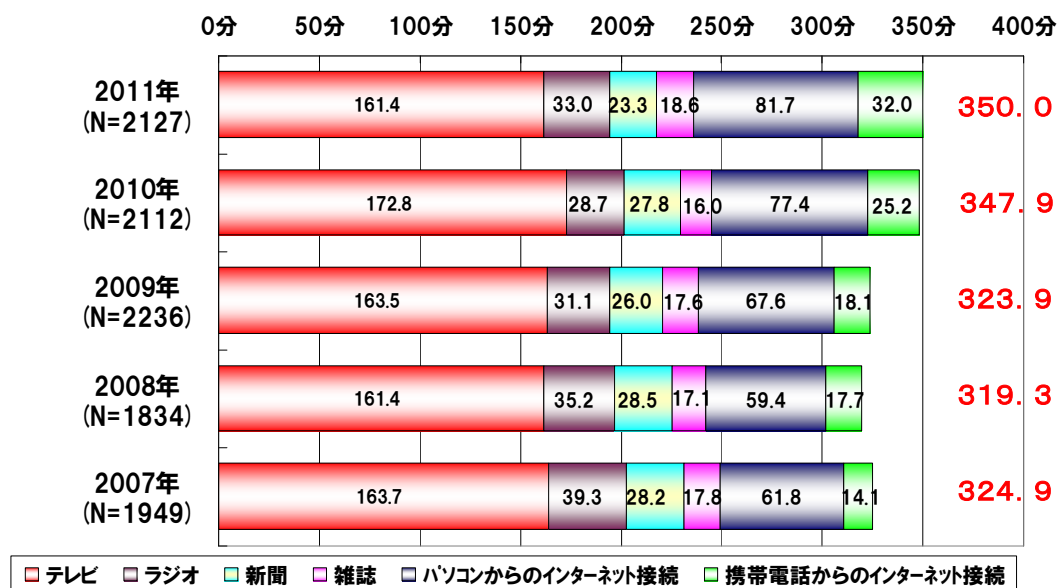
メディア接触総時間が6時間近く、つまり1日の1/4にあたることを考えると、メディア接触総時間がさらに伸びていく可能性は低く、生活者のメディア接触多様化を背景に、ダブルスクリーン・トリプルスクリーンといわれるテレビとの「ながら利用」などによって、むしろパソコンやスマートフォンを含む携帯電話からのインターネット接続時間が、増加していく傾向が強くなるのではないかと予測されます。

この調査は、メディアのデジタル化に伴って次々と登場する「ハードウェア」や「サービス」について生活者の接触実態を把握し、広告メディア市場形成の「兆し」を発見しようという目的のもと、メディア環境研究所の活動の基礎となる調査として2004年より継続的に実施しています。

メディア環境研究所では、今後もメディア環境変化を調査し、次世代広告の兆しを発見することで、コミュニケーションのプランニング力とメディア効果を高めることにチャレンジしていきます。

■主な調査結果(東京地区のデータを抜粋)

1) マス4媒体からインターネットまでを合わせた1日のメディア接触総時間(1週間平均)

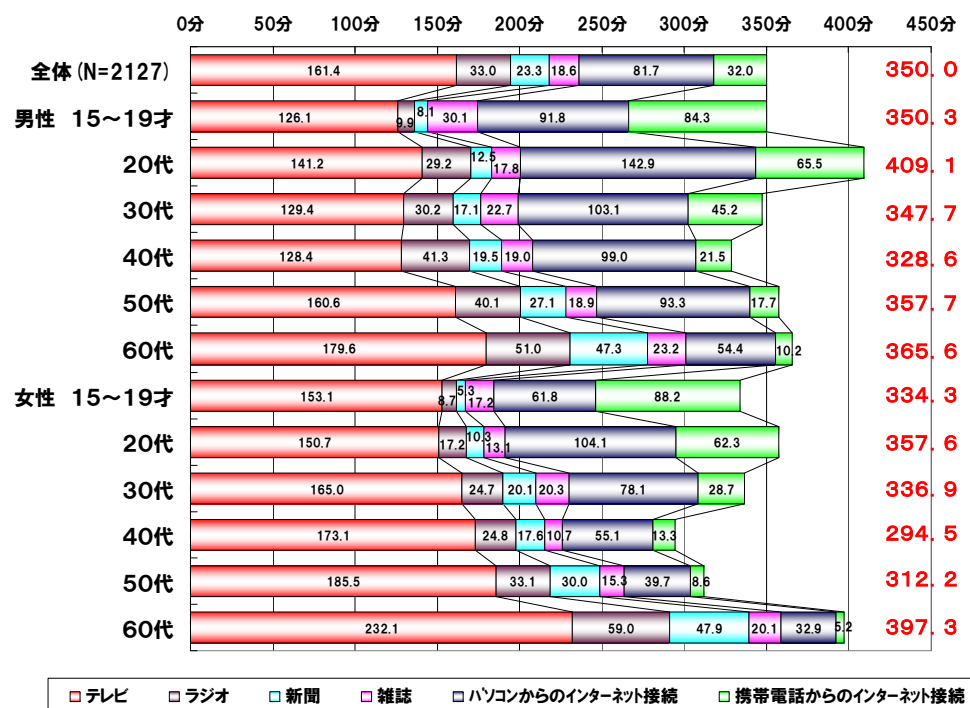


・メディア接触総時間は昨年とほぼ同様の結果となっています。

・パソコンや携帯電話からのインターネット接続時間が増加しています。

パソコン(10年77.4分→11年81.7分 6%増) 携帯電話(10年25.2分→11年32.0分 27%増)

2) マス4媒体からインターネットまでを合わせた1日のメディア接触総時間(性年齢別比較)



・男性・女性共に20代・30代の携帯電話からのインターネット接続時間が増加傾向にあります。スマートフォンの普及が後押ししているものと考えられます。

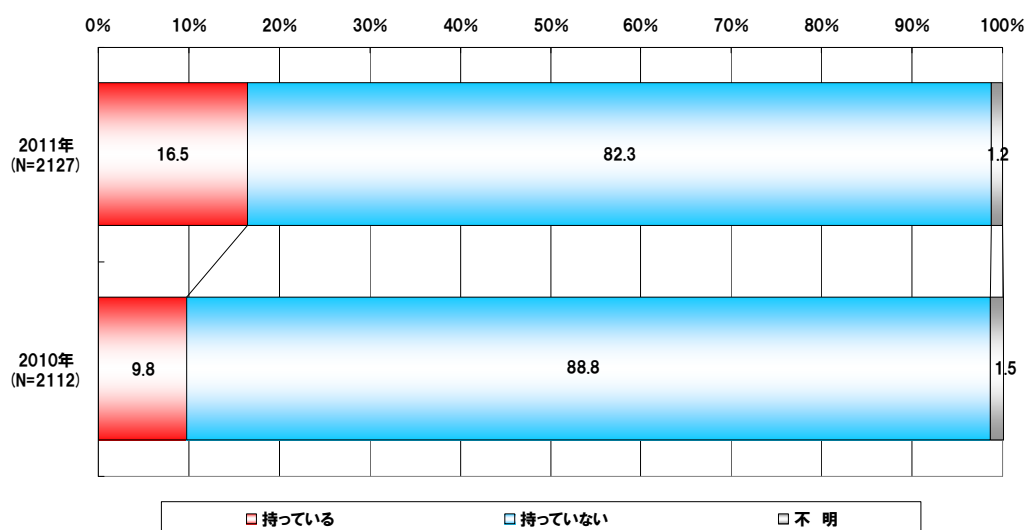
男性20代(10年53.8分→11年65.5分 22%増) 男性30代(10年27.5分→11年45.2分 64%増)

女性20代(10年59.1分→11年62.3分 5%増) 女性30代(10年14.4分→11年28.7分 99%増)

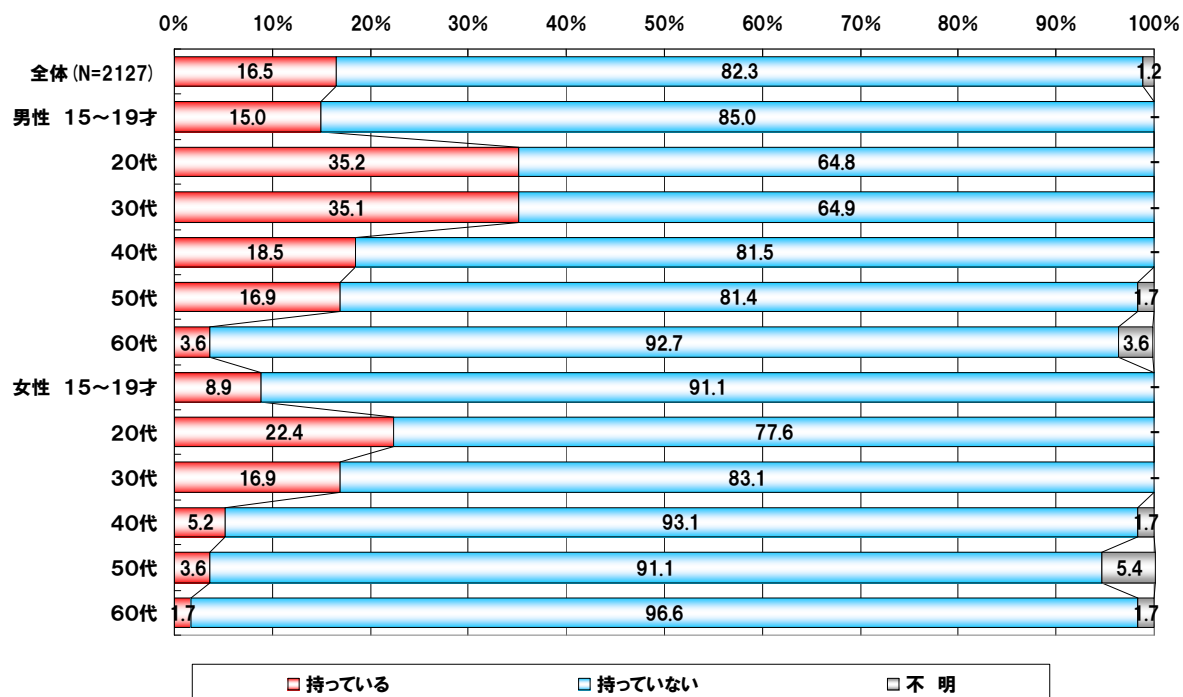
・パソコンからのインターネット接続については、20代・30代の女性が増加傾向です。20代女性のミニブログの利用経験が増えていることなどに起因しているものと考えられます。

女性20代(10年86.1分→11年104.1分 21%増) 女性30代(10年55.5分→11年78.1分 41%増)

### 3)スマートフォン所有状況(時系列比較)



### 4)スマートフォン所有状況(性年齢別比較)



## ■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： 対象エリアに在住の15～69歳の男女個人
- ・標本構成： 4地区 合計2953サンプル発信、2744回収
- ・調査期間： 2011年2月4日(金)発送～2月17日(木)投函締切
- ・調査実施機関： 株式会社 ビデオリサーチ

## ■この件に関するお問い合わせ先

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ	広報グループ	山崎・加藤	03-6441-9347
	メディア環境研究所	吉田・中杉	03-6441-9713