

2011年メディア定点調査

● 東京地区一抜粋編

2011年6月15日



INSTITUTE OF MEDIA ENVIRONMENT
メディア環境研究所

調査設計

■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

■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)投函締切り

■調査実施機関 株式会社 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
男性 15~19歳	65	60	59
20代	63	54	194
30代	62	57	257
40代	61	54	222
50代	62	59	172
60代	60	55	182
女性 15~19歳	60	56	56
20代	61	58	183
30代	60	59	241
40代	60	58	204
50代	60	56	164
60代	60	59	192
合計	735	685	2127

他には見られない「特徴」

① 最新の機器やサービスの利用実態
: 48種類

② 4地区の比較
: 東京・大阪・愛知・高知

③ 調査手法の信頼性
: J-READに準ずる

④ 時系列の比較
: 直近3年(5年)の比較

たとえば・・・

2011年時点、東京地区の**利用率**

- ・10代女性の“PCを通じた動画投稿・閲覧” 92.9%
- ・20代男性の“ワンセグ放送” 77.8%
- ・30代女性の“BSデジタル放送” 71.2%
- ・40代女性の“携帯・クーポン” 58.6%
- ・50代女性の“2次元バーコードサービス” 41.1%
- ・60代女性の“HDD(ブルーレイ)レコーダー” 33.9%
- ・60代男性の“PCを通じたSNS” 7.3%

① メディア接触時間

： 主要6メディア、分数

② メディアイメージ

： 6メディア、22項目、イメージ総量

③ メディアサービス浸透度

： 認知、利用経験、利用意向

④ トピックス

： 最新デジタル機器所有状況

調査結果

(東京地区)

2011年の注目点

■ メディア総接触時間は、昨年並み

： 325分(07)→319分(08)→324分(09)
→348分(10)→350分(11年)

■ 全体では、PC、ケータイのネット時間が増加

： PC(ネット) 81.7分(昨年77.4分)、
携帯(ネット) 32.0分(昨年25.2分)

■ 年代別には、30代の携帯(ネット)が大幅な伸び

： 30代男女とも、携帯(ネット)時間が増加している

■ 話題のデジタルサービスの利用経験

： ミニブログ(PC)37.3%、ソーシャルゲーム(携帯)23.0%

① メディア接触時間

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**
からのインターネット接続
(サイト閲覧・メール含む)
- **携帯電話**
からのインターネット接続
(サイト閲覧・メール含む)

×

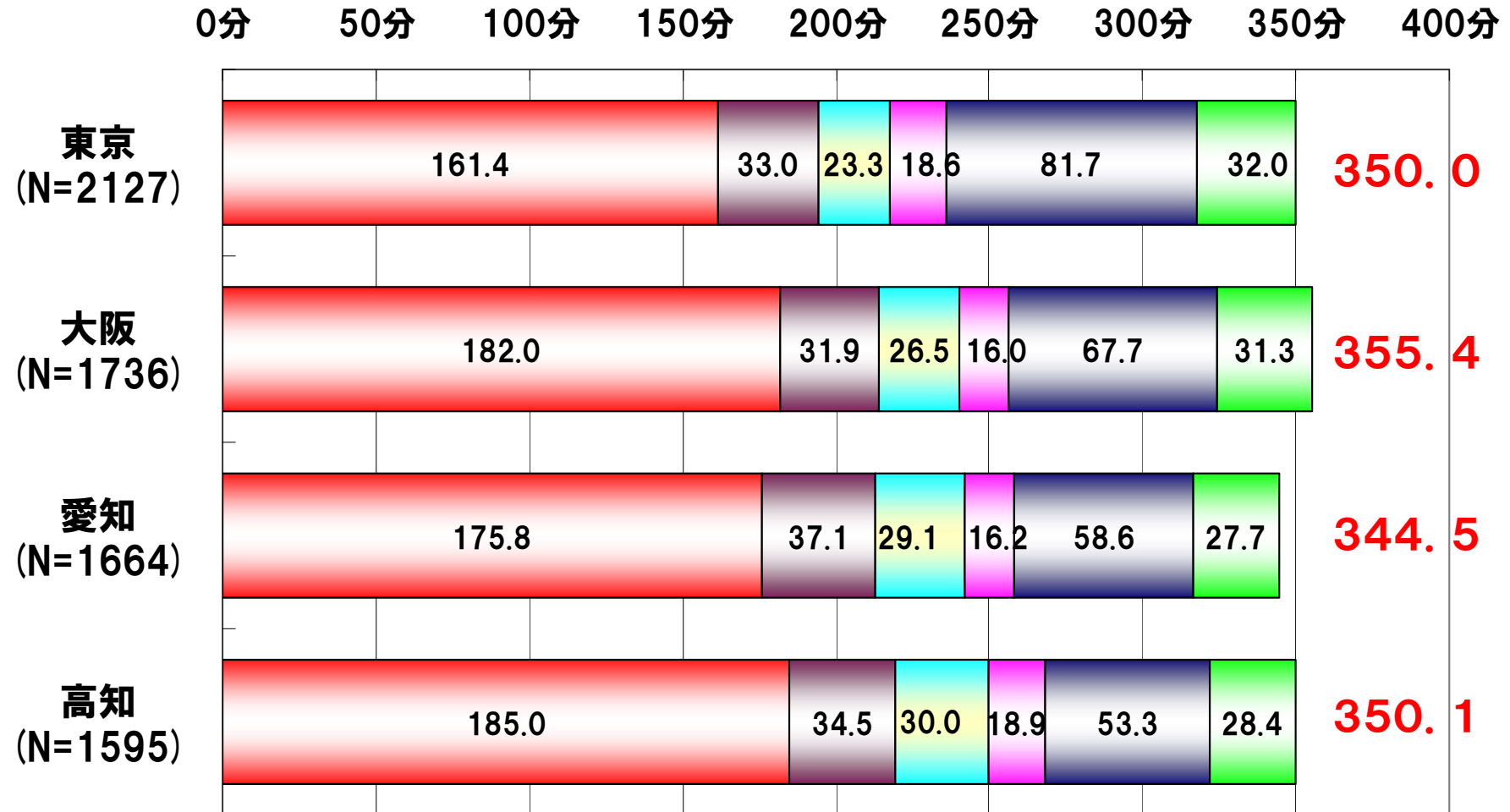
平日(月～金)
土日

×

- 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
- 読まない

メディア接触時間

週平均・1日あたりの接触時間

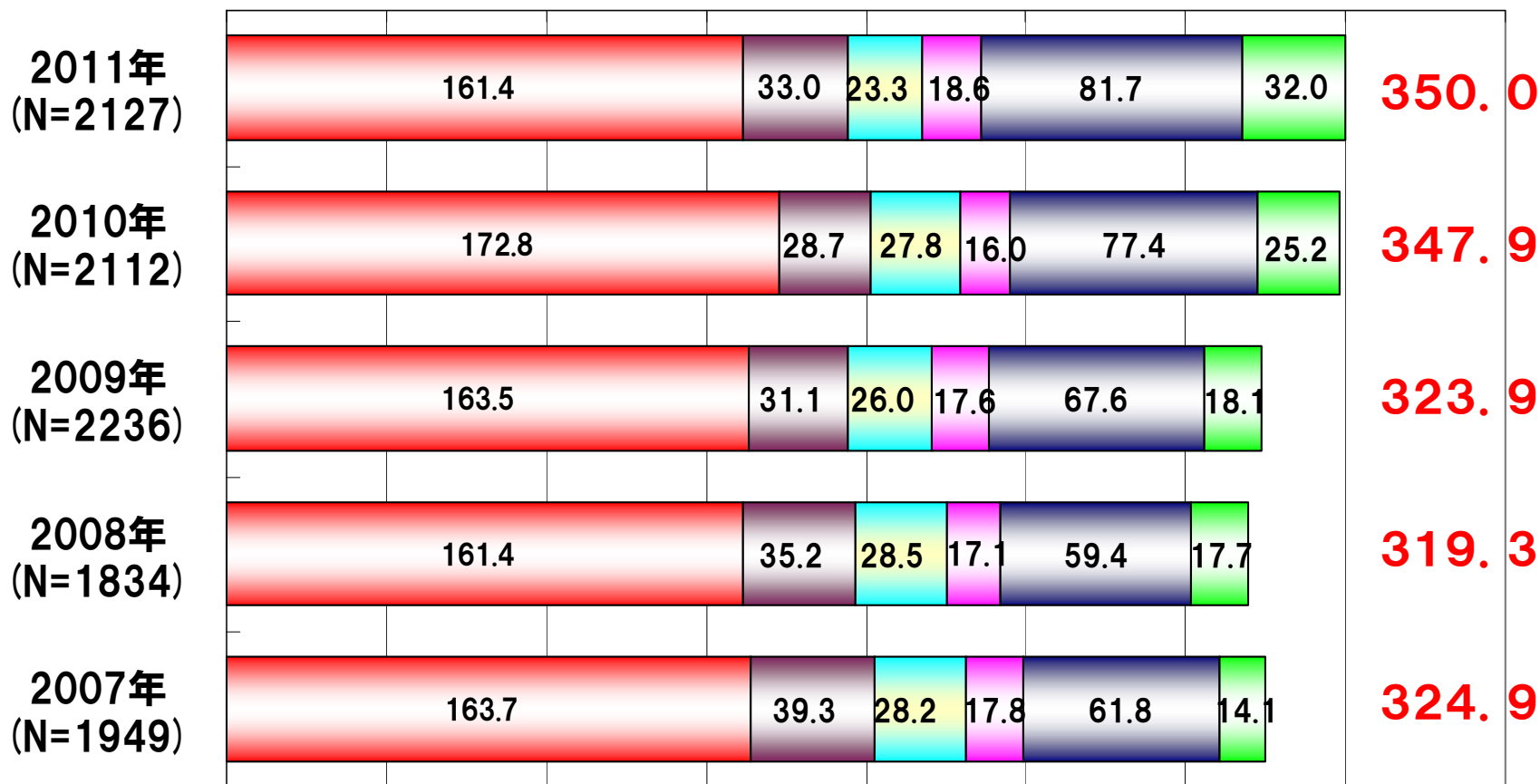


■ テレビ ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ パソコンからのインターネット接続 ■ 携帯電話からのインターネット接続

<東京地区>

メディア接触時間・時系列変化

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

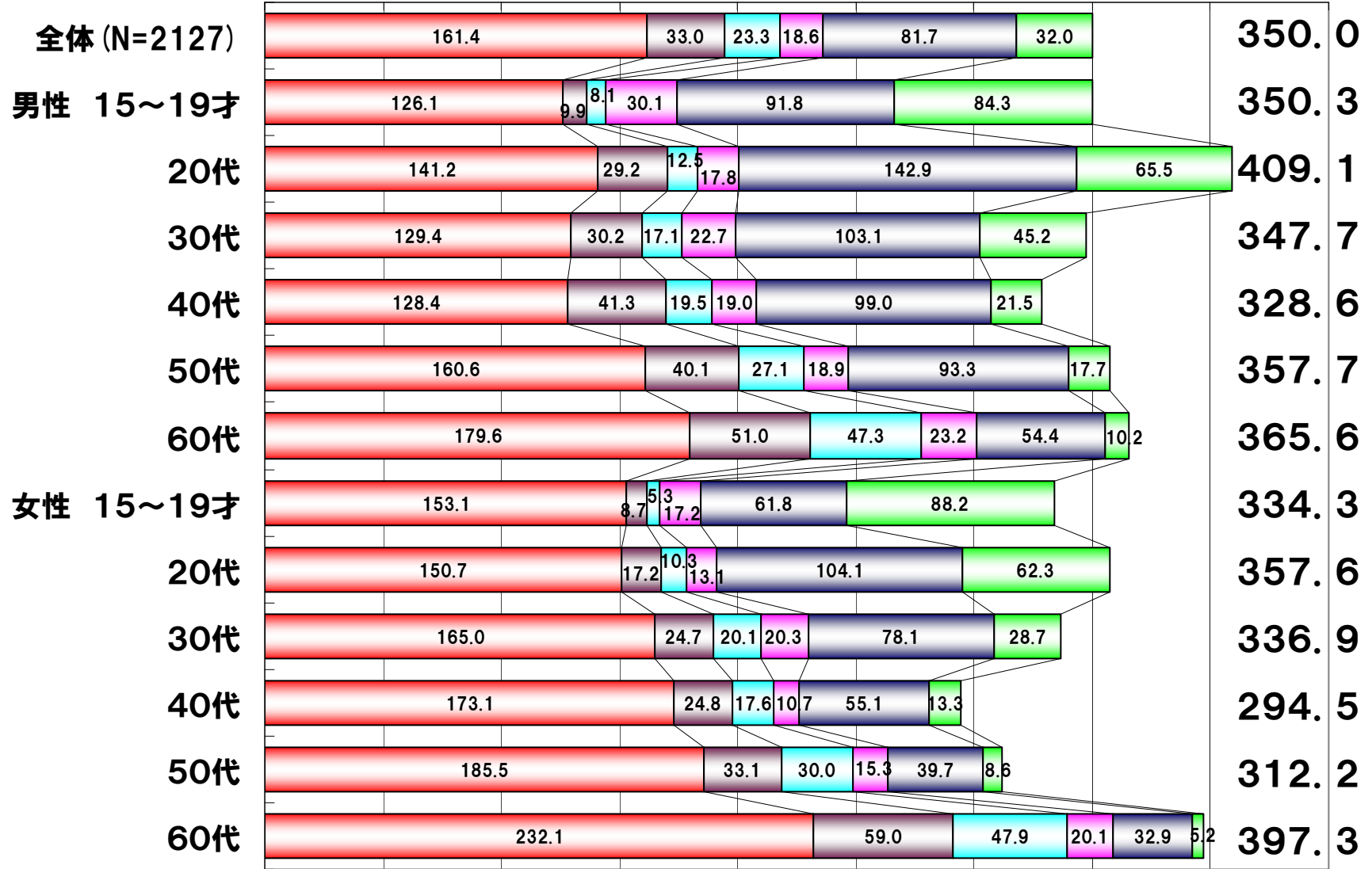


■ テレビ ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ パソコンからのインターネット接続 ■ 携帯電話からのインターネット接続

<東京地区>

メディア接触時間・性年齢別比較

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



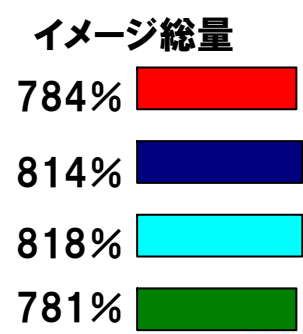
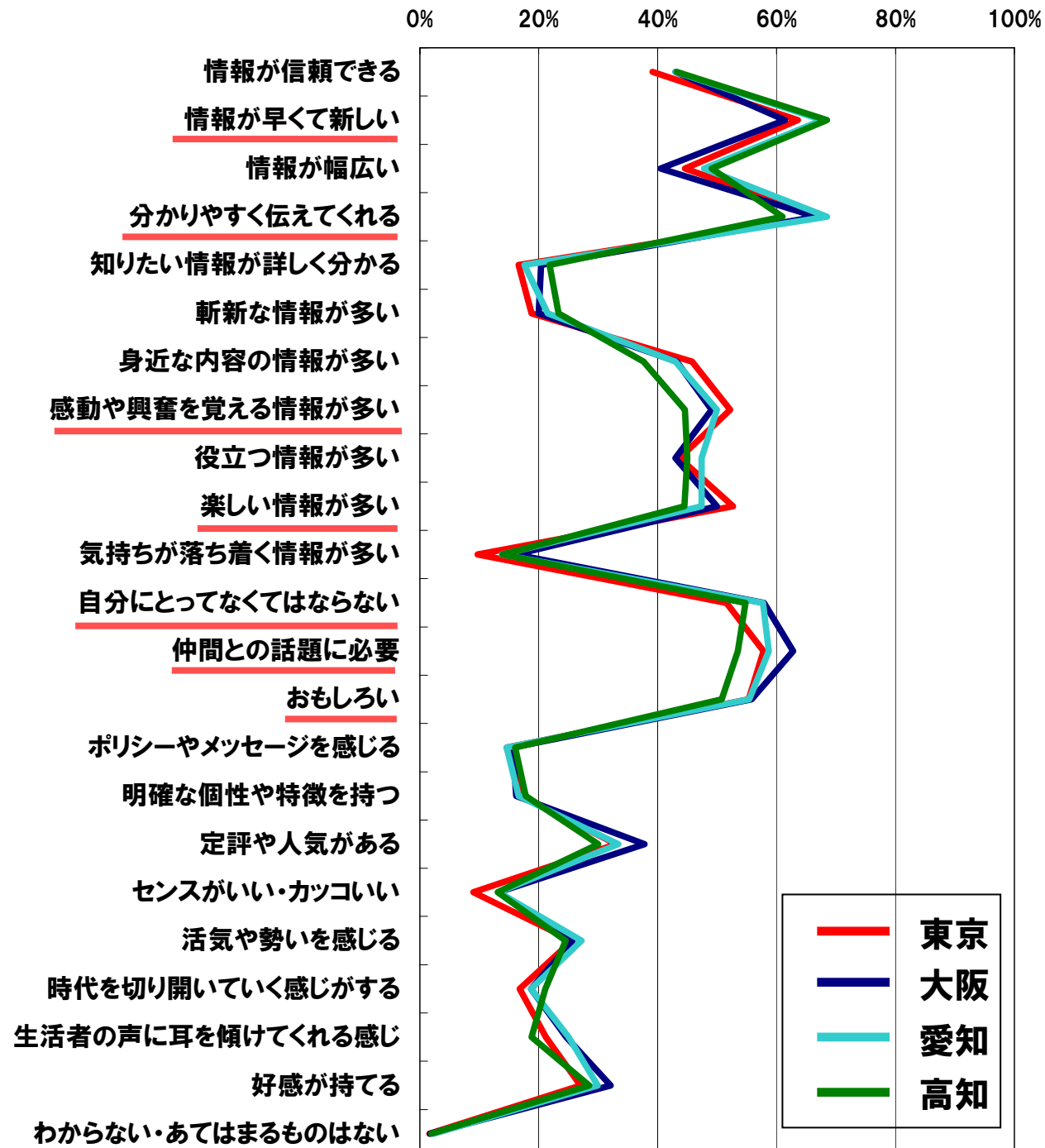
■ テレビ
 ■ ラジオ
 ■ 新聞
 ■ 雑誌
 ■ パソコンからのインターネット接続
 ■ 携帯電話からのインターネット接続

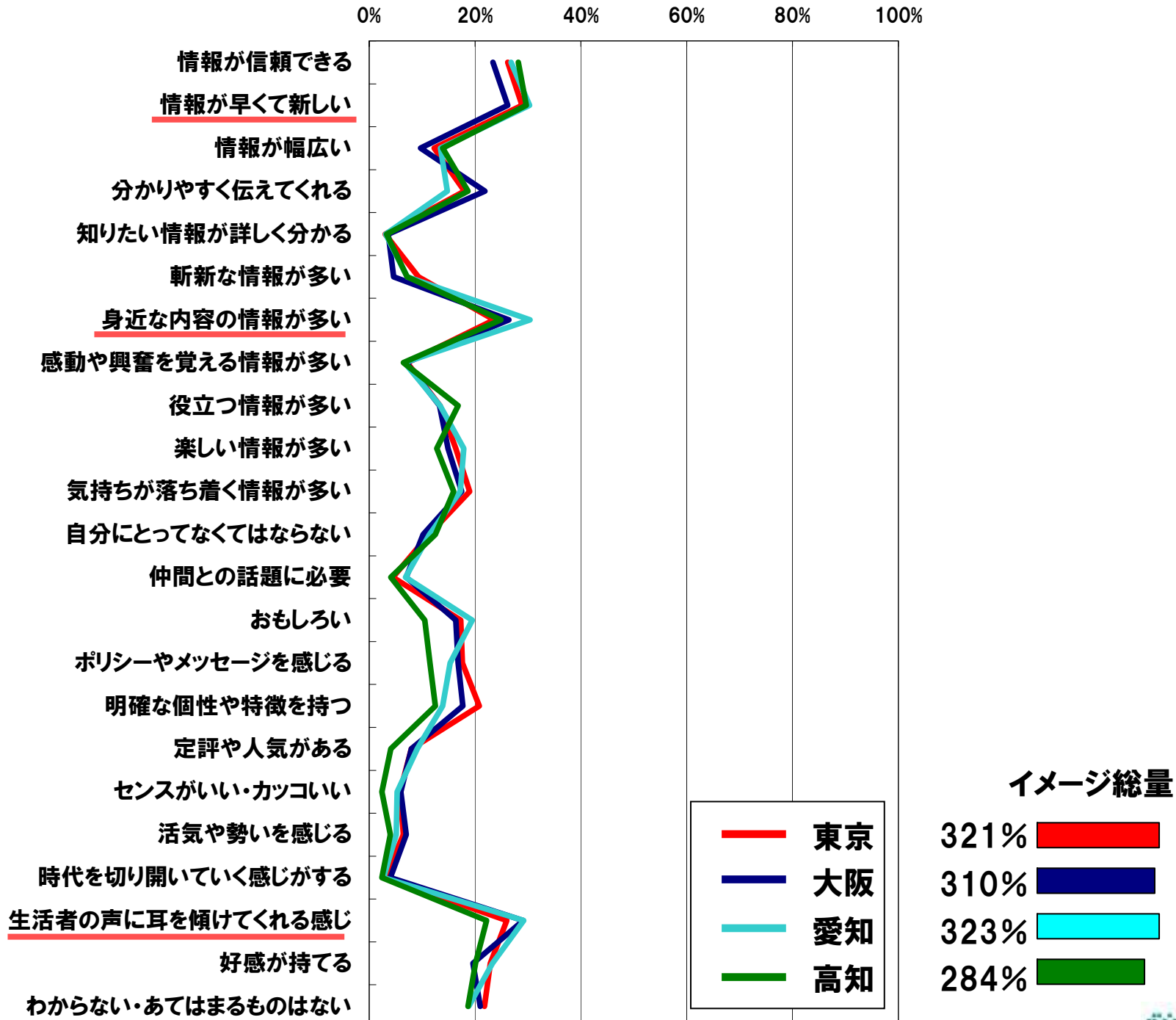
② メディアイメージ

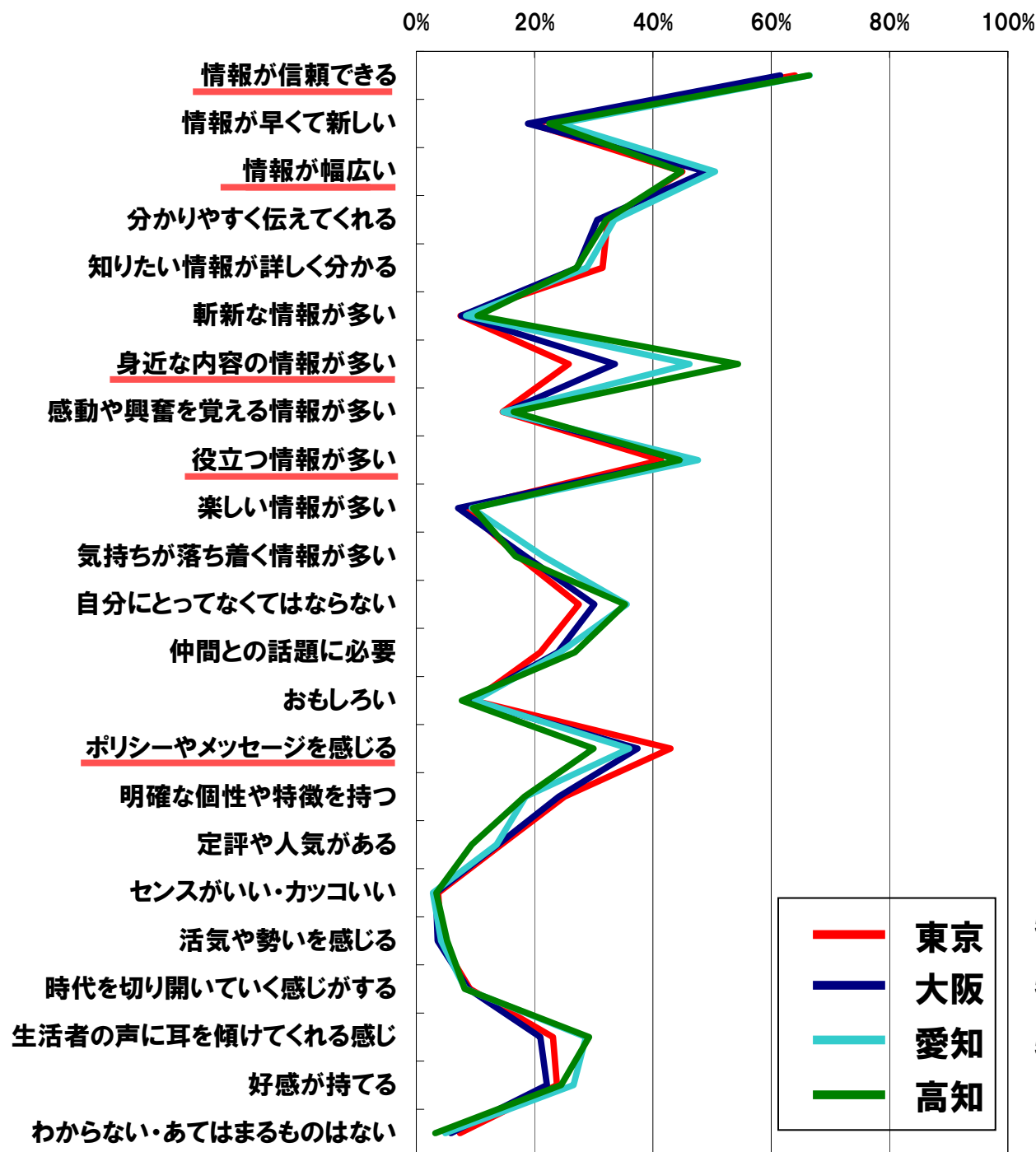
イメージ項目

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

合計22項目 + わからない・あてはまるものはない

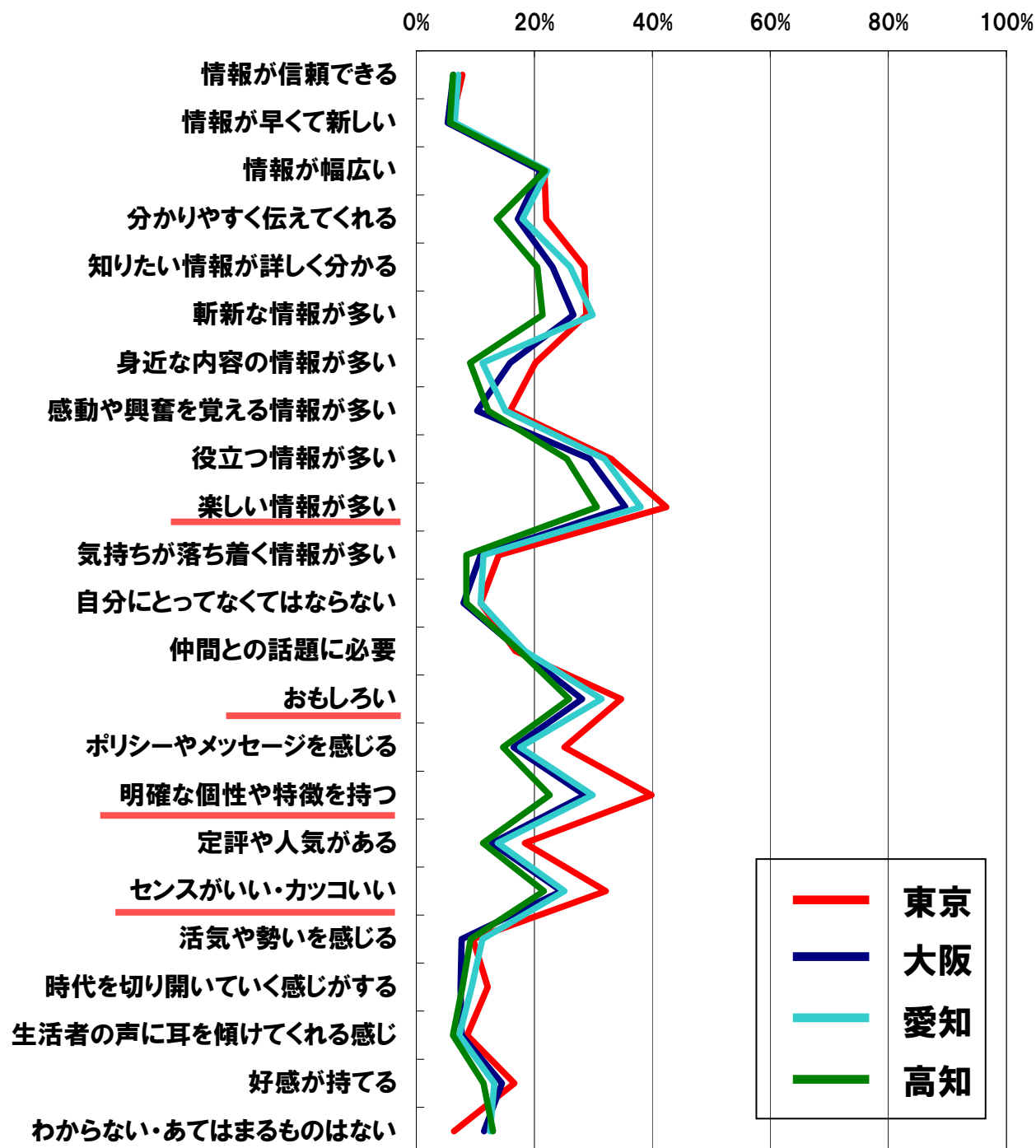




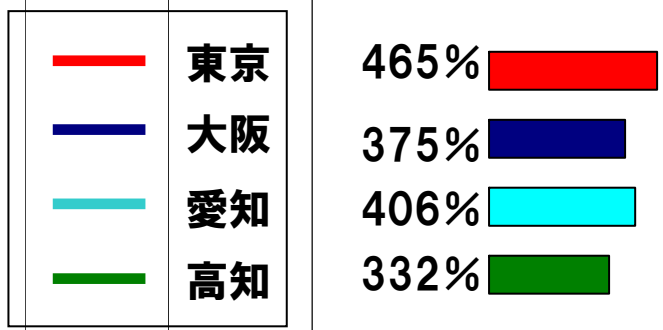


イメージ総量

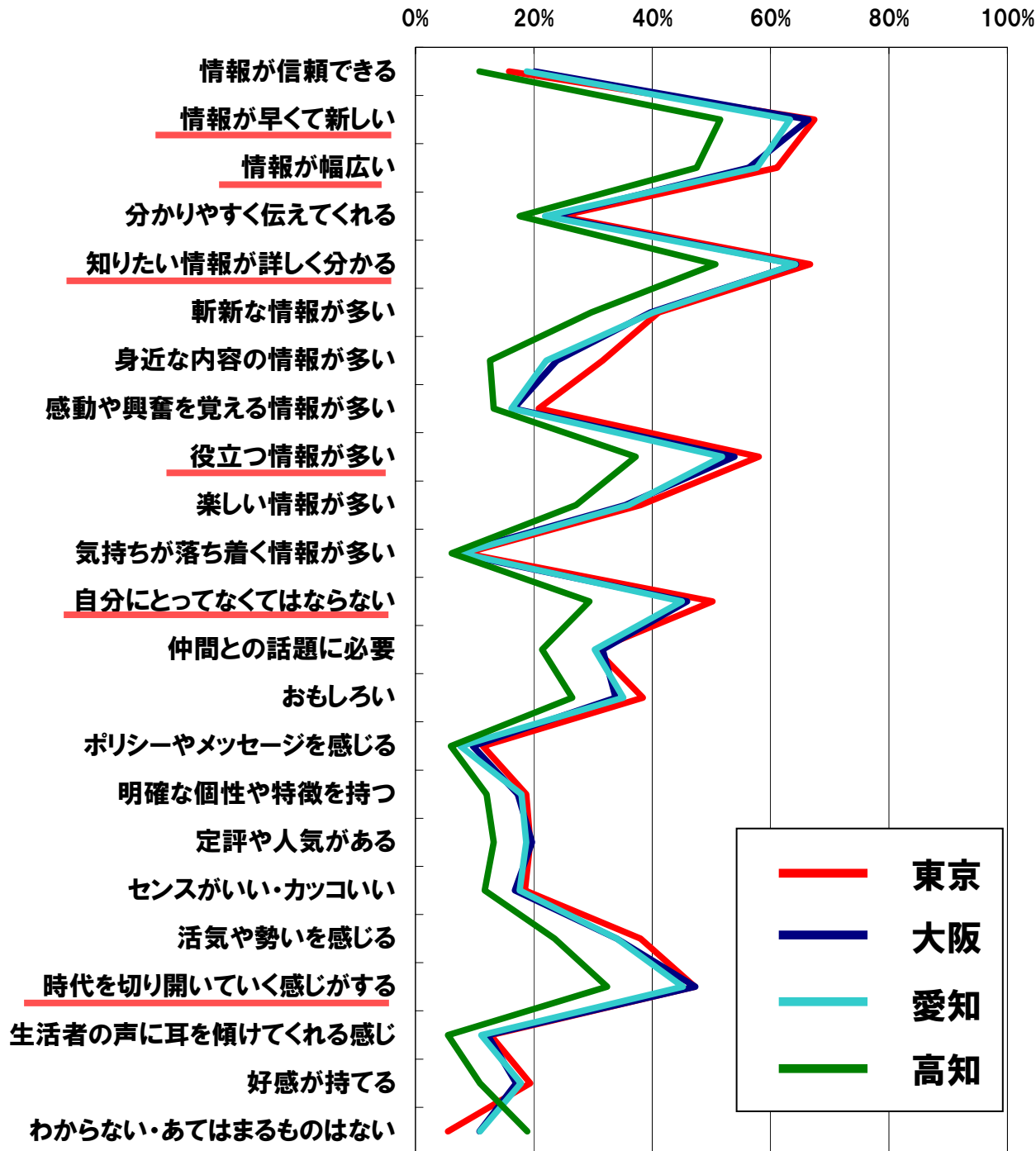
東京	512%
大阪	511%
愛知	560%
高知	543%



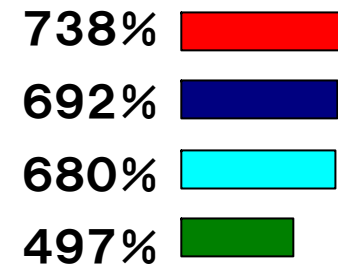
イメージ総量



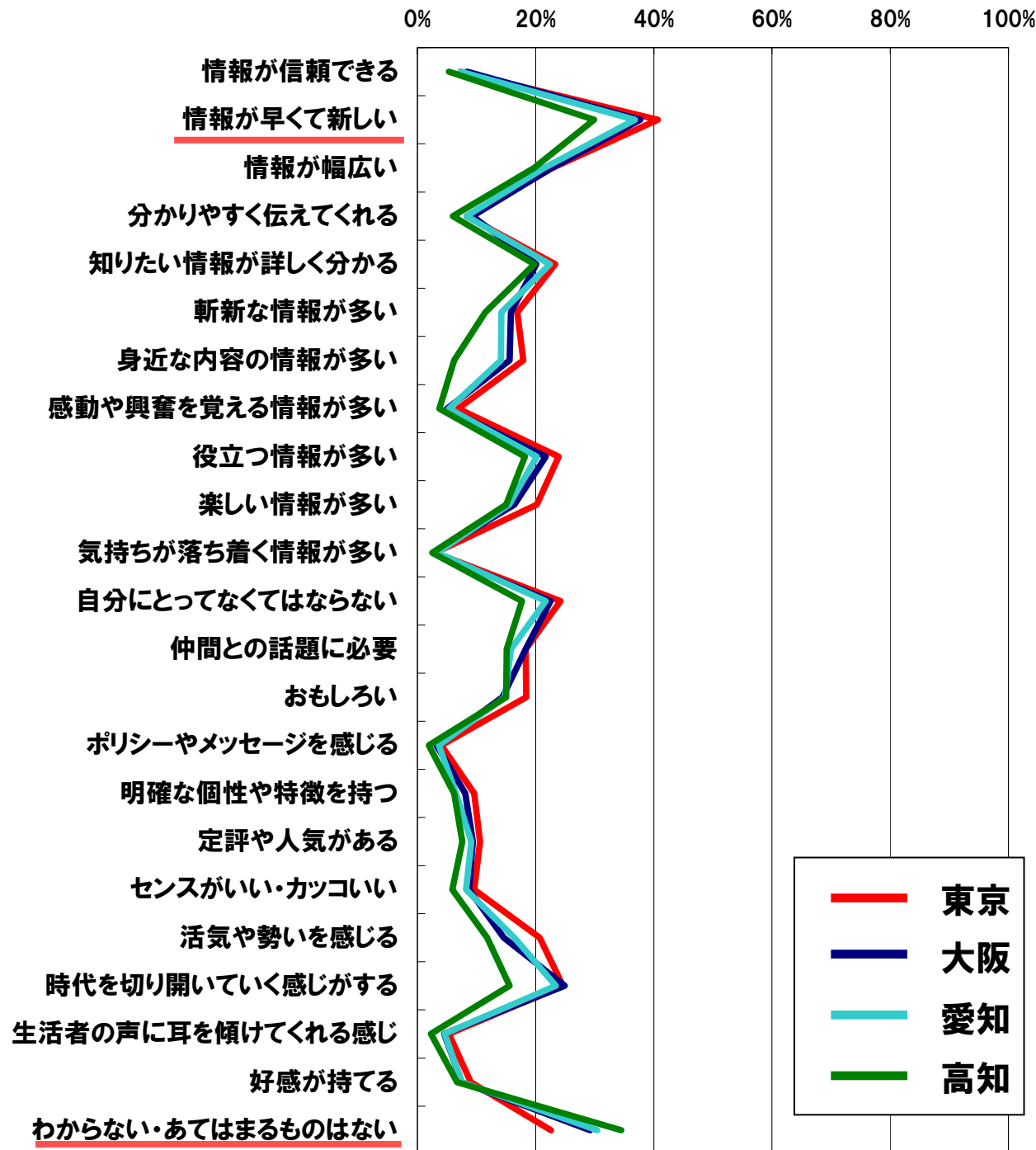
PC/インターネット



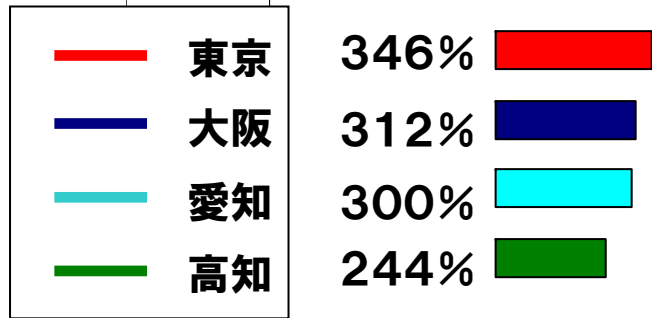
イメージ総量



携帯/インターネット



イメージ総量



③ デジタルメディアサービス浸透度

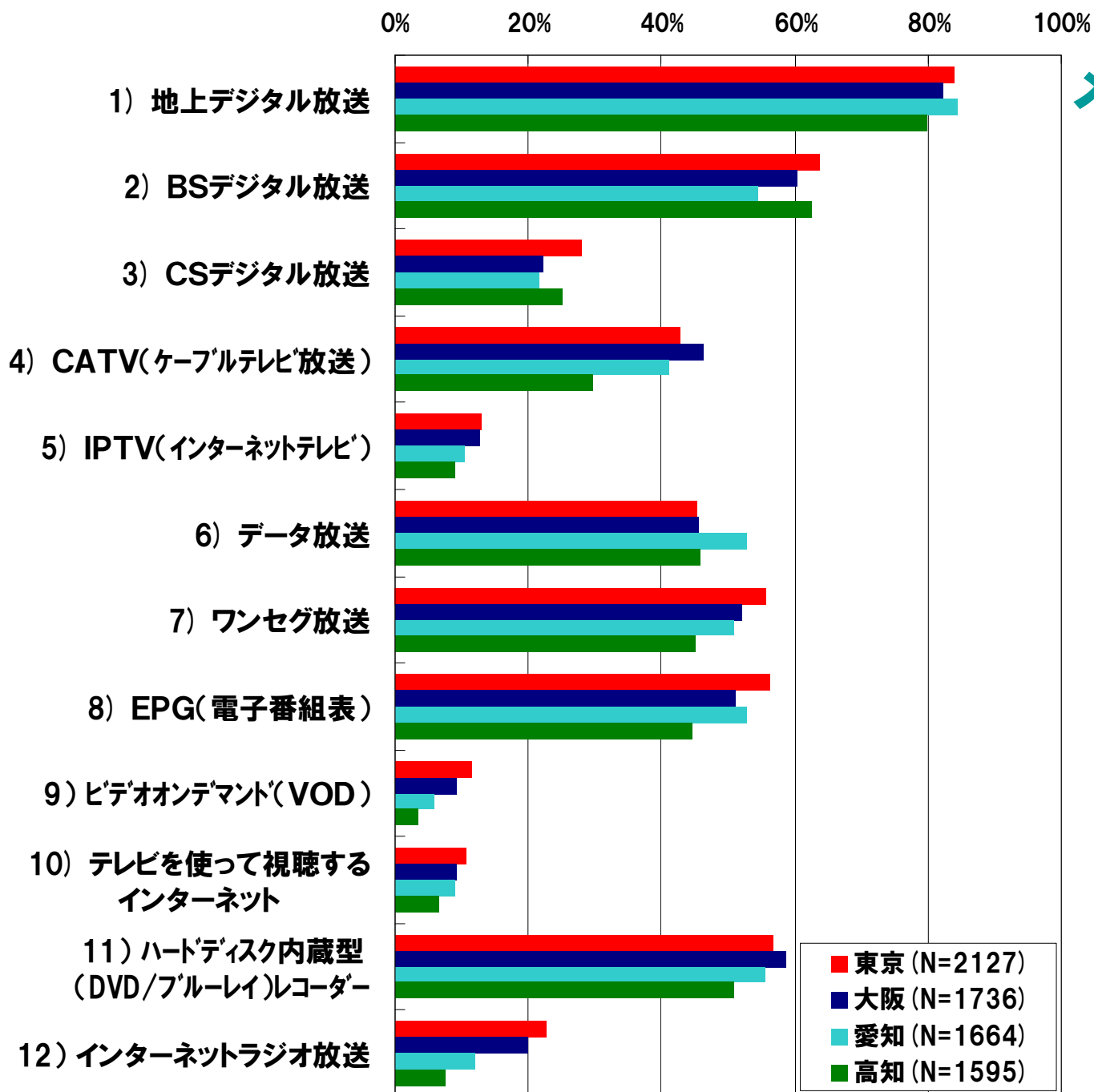
放送関連・メディアサービス

1. 地上デジタル放送
2. BSデジタル放送
3. CSデジタル放送
4. CATV(ケーブルテレビ)
5. IPTV(インターネットテレビ)
6. データ放送
7. ワンセグ放送
8. EPG(電子番組表)
9. ビデオオンデマンド(VOD)
10. テレビを使って視聴するインターネット
11. ハードディスク内蔵型(DVD/ブルーレイ)レコーダー
12. インターネットラジオ

計12サービス

放送

メディアサービス 利用経験

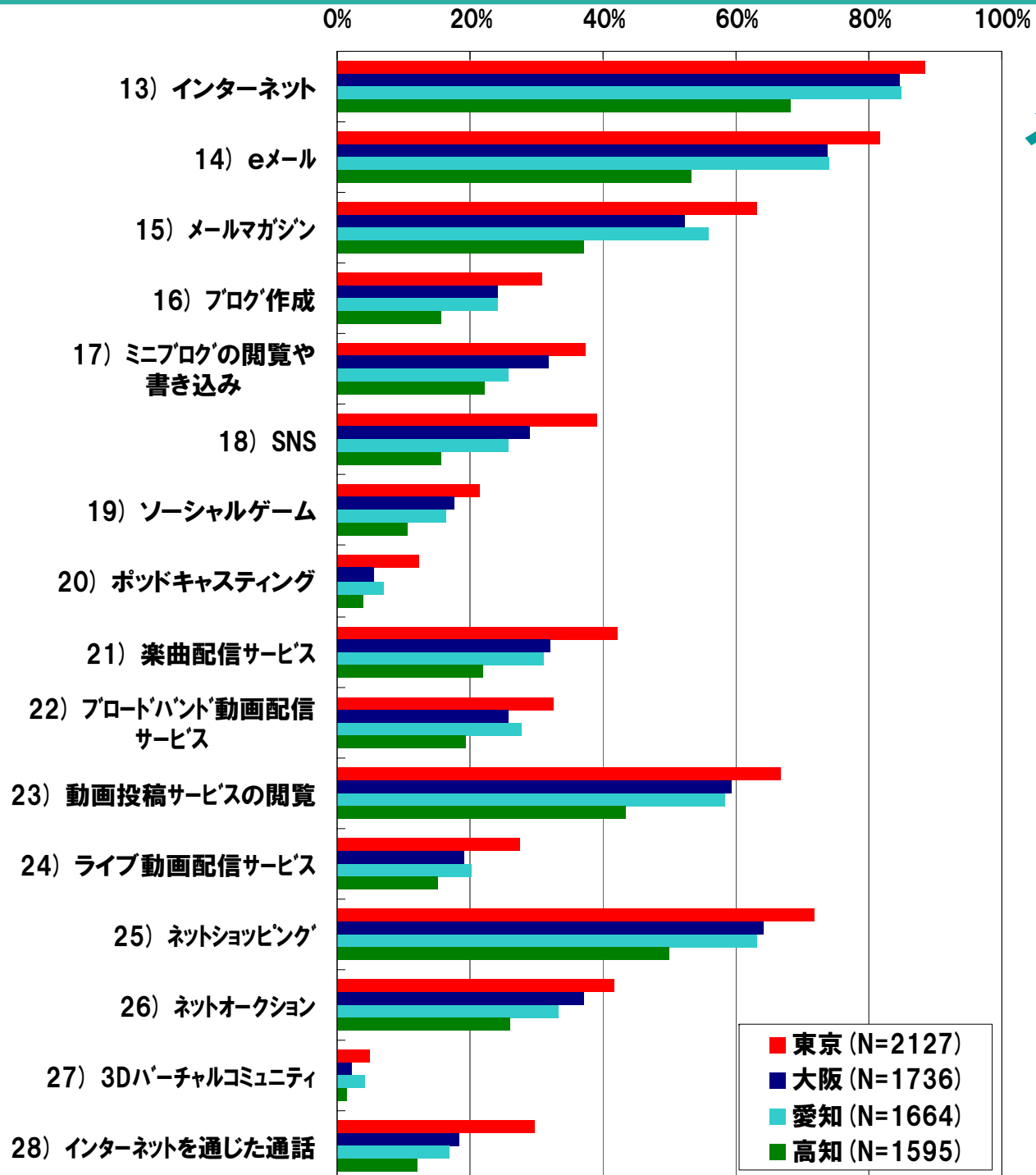


PC(ネット)関連・メディアサービス

13. パソコンを通じたインターネット
14. パソコンを通じたeメール
15. パソコンを通じたメールマガジン
16. パソコンを通じたブログ作成
17. パソコンを通じたミニブログの閲覧や書き込み
18. パソコンを通じたSNS(ソーシャルネットワーキングサービス)
19. パソコンを通じたソーシャルゲーム
20. ポッドキャストング
21. パソコンを通じた楽曲配信サービス
22. パソコンを通じたブロードバンド動画配信サービス
23. パソコンを通じた動画投稿サービスの閲覧
24. パソコンを通じたライブ動画配信サービス
25. パソコンを通じたネットショッピング
26. パソコンを通じたネットオークション
27. 3Dバーチャルコミュニティ
28. インターネットを通じた通話

計16サービス

PC(ネット) メディアサービス 利用経験

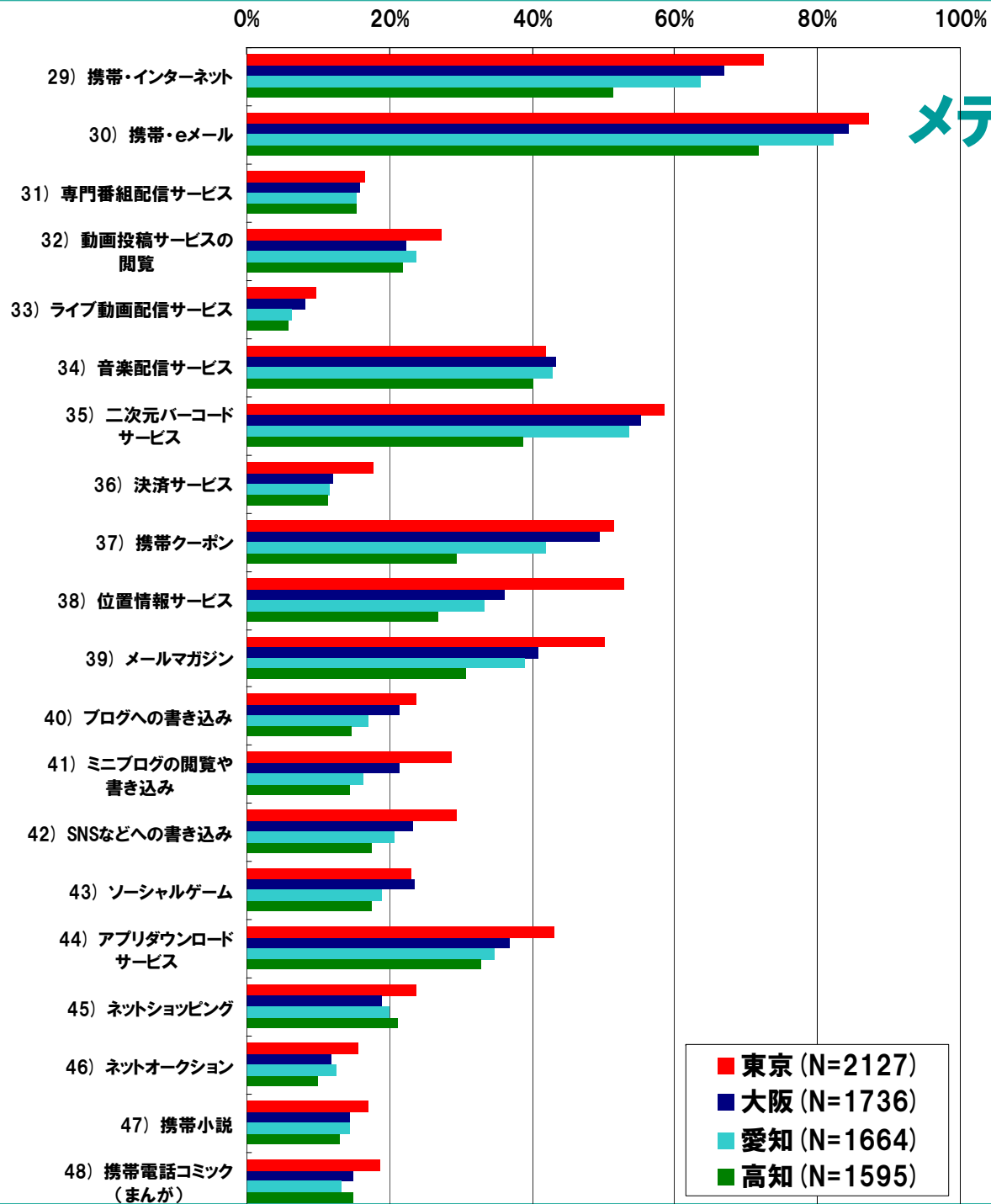


携帯(ネット)関連・メディアサービス

- 29. 携帯電話を通じたインターネット
- 30. 携帯電話のeメール
- 31. 携帯電話の専門番組配信サービス
- 32. 携帯電話を通じた動画投稿サービスの閲覧
- 32. 携帯電話のライブ動画配信サービスの閲覧
- 33. 携帯電話の音楽配信サービス
- 33. 携帯電話の二次元バーコードサービス
- 34. 携帯電話を使用した決済サービス
- 35. 携帯電話を使用したクーポン
- 36. 携帯電話を使った位置情報サービス
- 37. 携帯電話でのメールマガジン
- 38. 携帯電話を通じたブログへの書き込み
- 39. 携帯電話を通じたミニブログの閲覧や書き込み
- 40. 携帯電話を通じたSNSへの書き込み
- 41. 携帯電話を通じたソーシャルゲーム
- 42. 携帯電話のアプリダウンロードサービス
- 43. 携帯電話を通じたネットショッピング
- 44. 携帯電話を通じたネットオークション
- 45. 携帯電話で読む小説
- 46. 携帯電話で読むコミック(まんが)

計20サービス

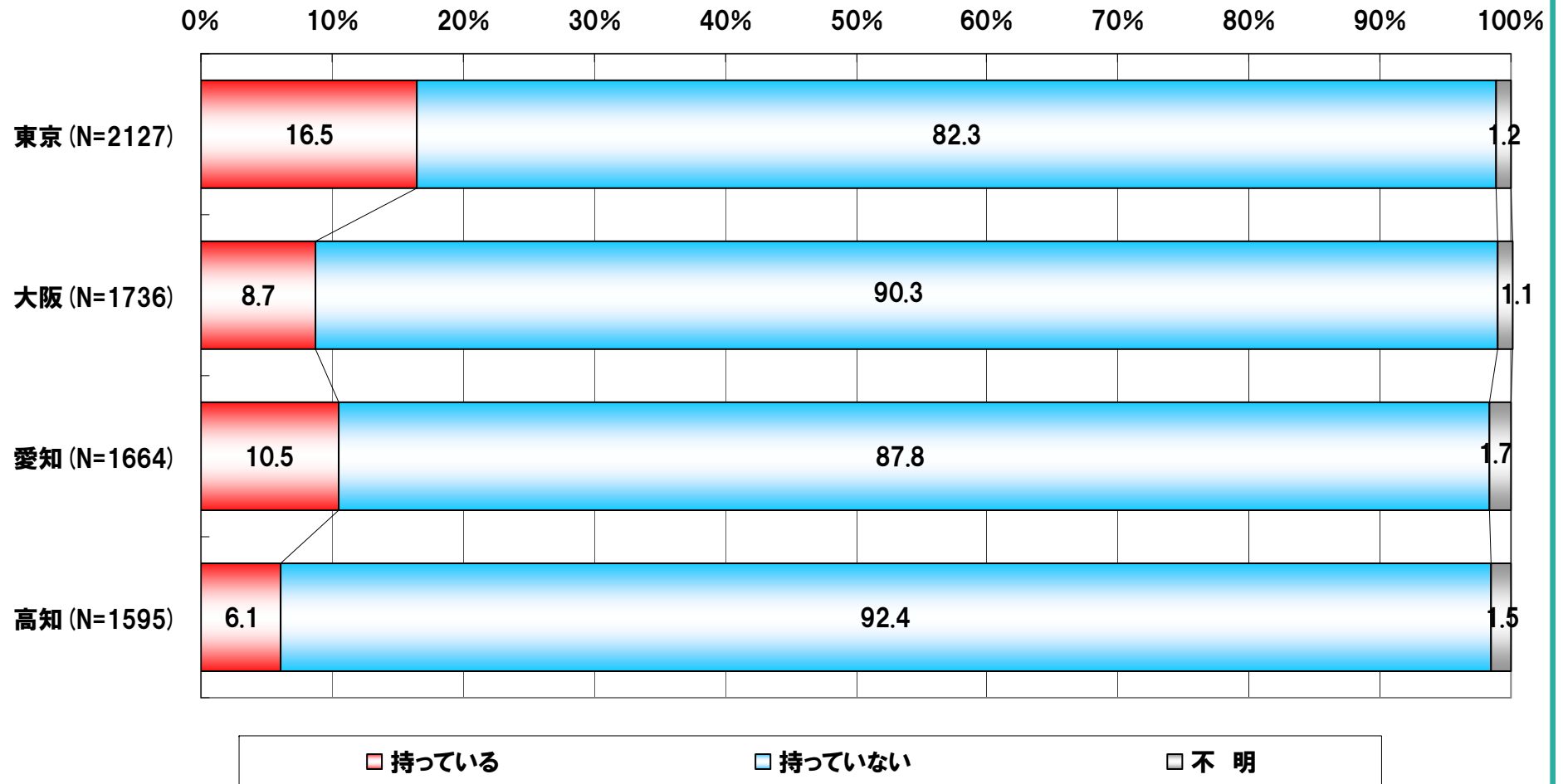
携帯(ネット) メディアサービス 利用経験



■ 東京 (N=2127)
■ 大阪 (N=1736)
■ 愛知 (N=1664)
■ 高知 (N=1595)

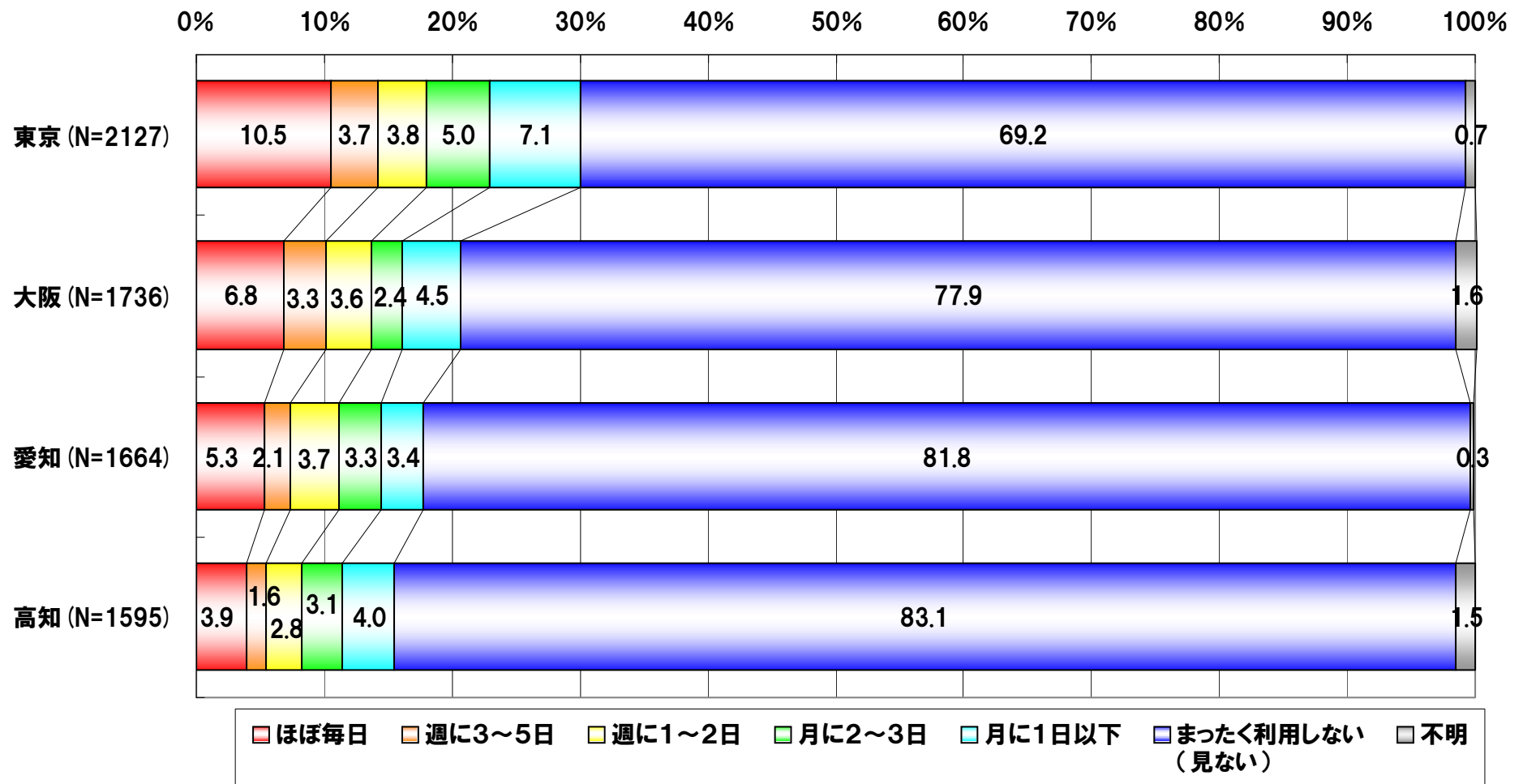
④ トピックス

スマートフォン所有状況



Twitter利用頻度

Twitter閲覧状況





INSTITUTE OF MEDIA ENVIRONMENT
メディア環境研究所