

メディア環境の「イマ」 メディア定点調査(東京)

●
2014

(株)博報堂DYメディアパートナーズ
メディア環境研究所

2014年6月10日



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

- 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 2567サンプル
 (東京634、大阪645、愛知653、高知635)
 *2013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 2014年1月24日(金)～2月6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
男性 15～19歳	63	57	59
20代	63	56	183
30代	62	48	241
40代	62	52	239
50代	60	51	167
60代	60	49	173
女性 15～19歳	62	56	56
20代	62	52	177
30代	60	53	228
40代	60	53	226
50代	60	52	159
60代	60	55	179
合計	734	634	2086

- 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)

■ メディア接触時間は、テレビに続いて携帯・スマホに。

メディア接触時間は、テレビ156.9分、携帯・スマホ74.0分、パソコン69.1分。携帯・スマホがパソコンを上回る。

■ タブレット端末の所有率が、初めて20%を超える。

東京では、20.9%に。特に男性30代、40代で3割を超えている。主な利用の用途は、「検索(83.9%)」や「動画視聴(51.2%)」、「ニュースを見(50.8%)」など。

■ 女性10代の半数以上が、テレビを見ながら、SNSで書き込みをしたり、書き込み内容を読んでいる。

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が最も日常化しているティーン女子。

- 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**

「メディア定点2014」時系列変化について

メディア定点調査では、これまで、インターネットの接触時間をたずねる際、「パソコンからのインターネット」、「携帯電話からのインターネット」という形で聞いておりましたが、近年のスマートフォン、タブレット端末の普及により、アプリやソーシャルメディア、ゲームなどが混在する環境となっており、生活者が「インターネット」として把握する内容が難しくなっているため、今年度2014年より、機器(デバイス)ごとの表記に変更しました。

(2013年まで)パソコンからのインターネット

→(2014年より)パソコン

(2013年まで)携帯電話(スマホ含む)からのインターネット →(2014年より)携帯電話(スマホ含む)

メディア接触時間の時系列変化をみる際は、上記の点に十分ご注意ください。

なお、接触時間の対象とするメディアには、これまでの主要6メディア(テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、パソコン、携帯(スマホ))に加え、タブレット端末を追加しております。

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
- 携帯電話
*スマートフォン含む

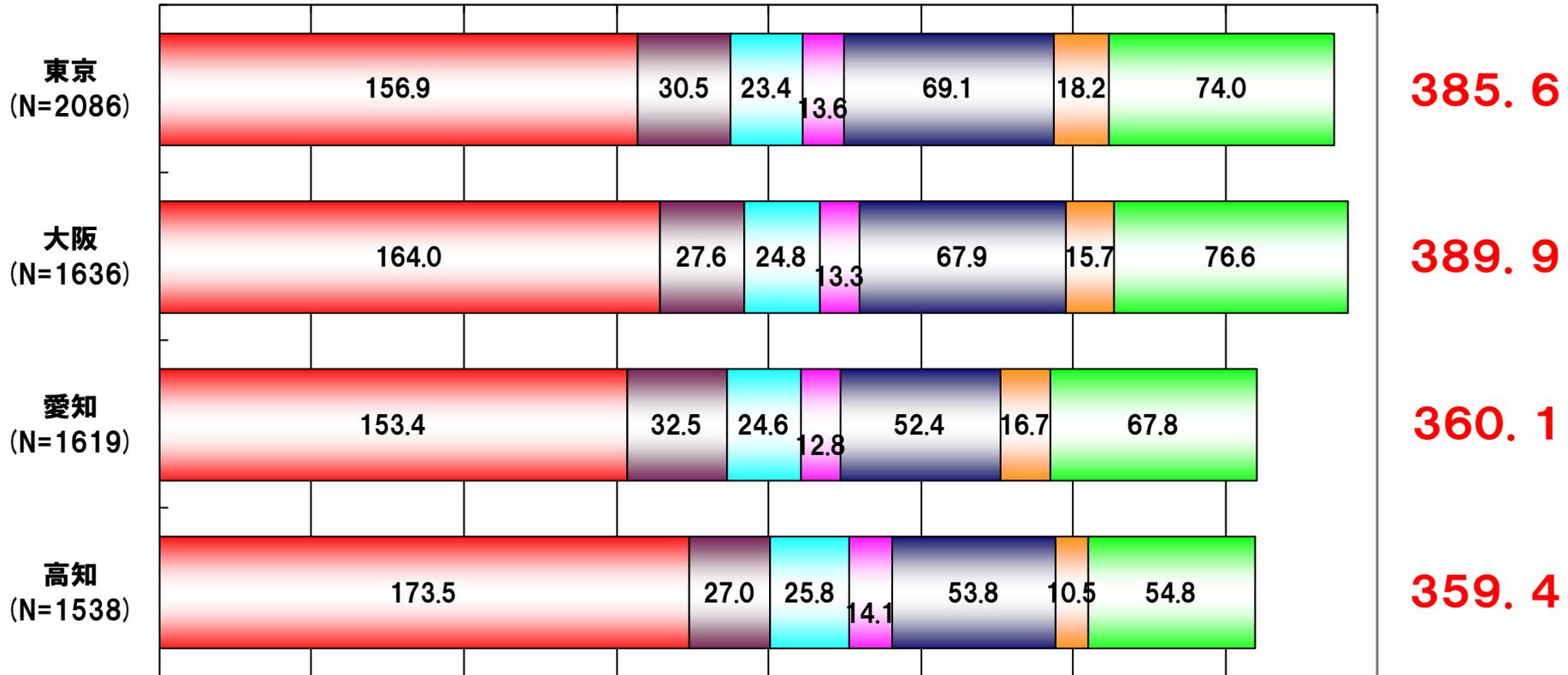
× 平日(月～金) ×
土日

- 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
- 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

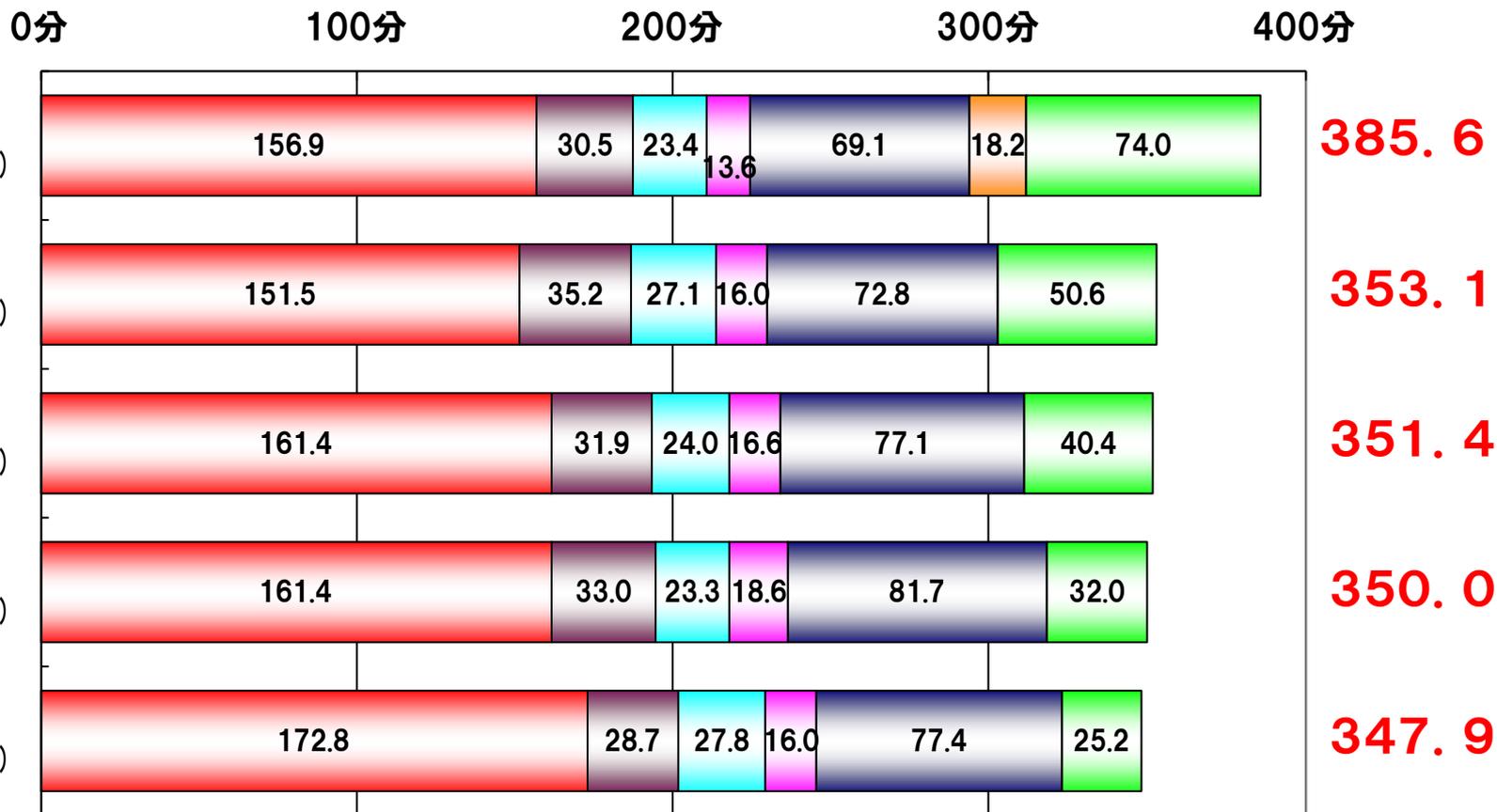
0分 50分 100分 150分 200分 250分 300分 350分 400分



■ テレビ ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ パソコン ■ タブレット端末 ■ 携帯・スマホ

*2014年より、「タブレット端末」を追加

メディア接触時間・時系列変化

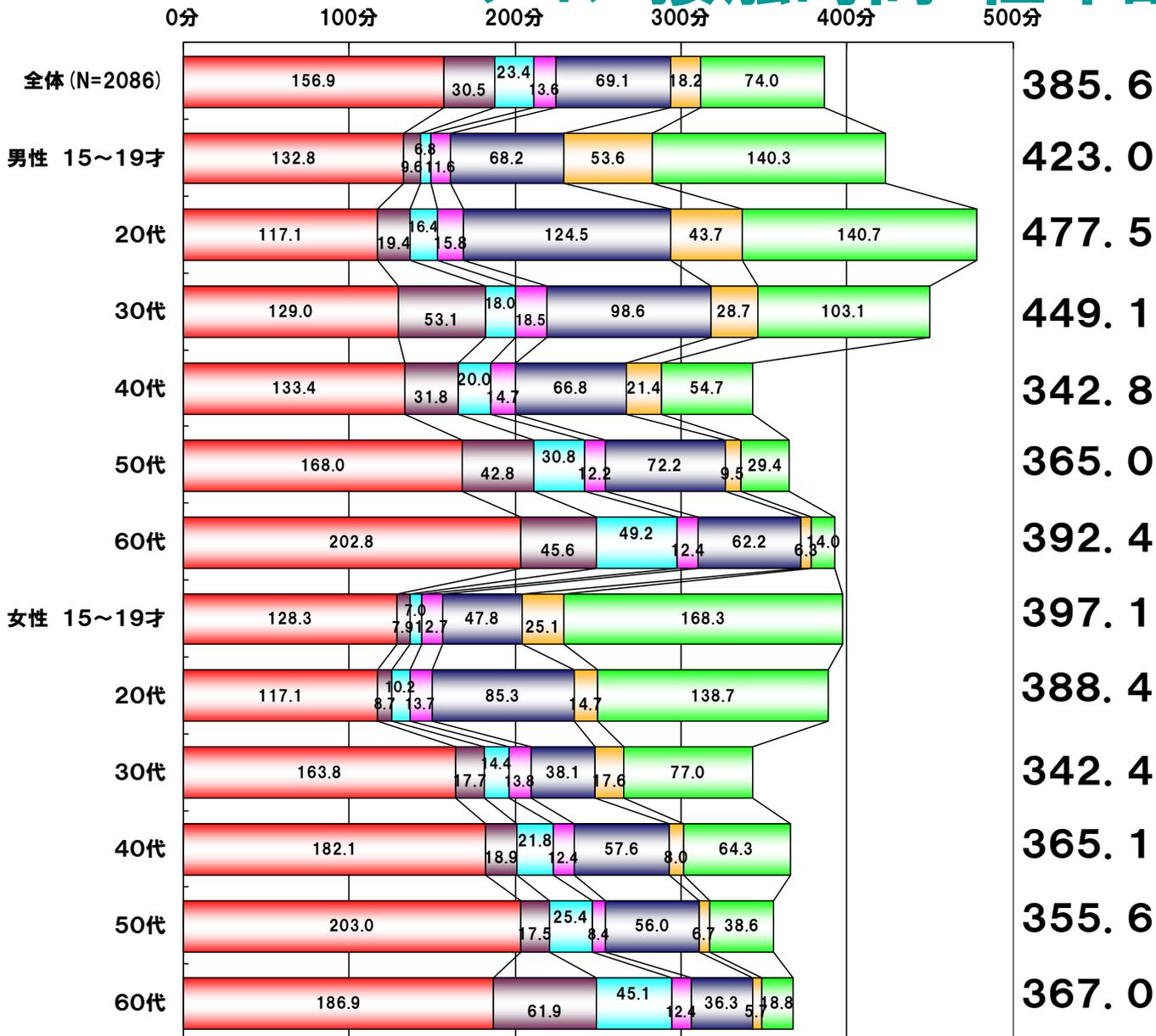


■ テレビ
 ■ ラジオ
 ■ 新聞
 ■ 雑誌
 ■ パソコン
 ■ タブレット端末
 ■ 携帯・スマホ

*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。

<東京地区>

メディア接触時間・性年齢別比較



■ テレビ
 ■ ラジオ
 ■ 新聞
 ■ 雑誌
 ■ パソコン
 ■ タブレット端末
 ■ 携帯・スマホ

*2014年より「タブレット端末」を追加

- 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**

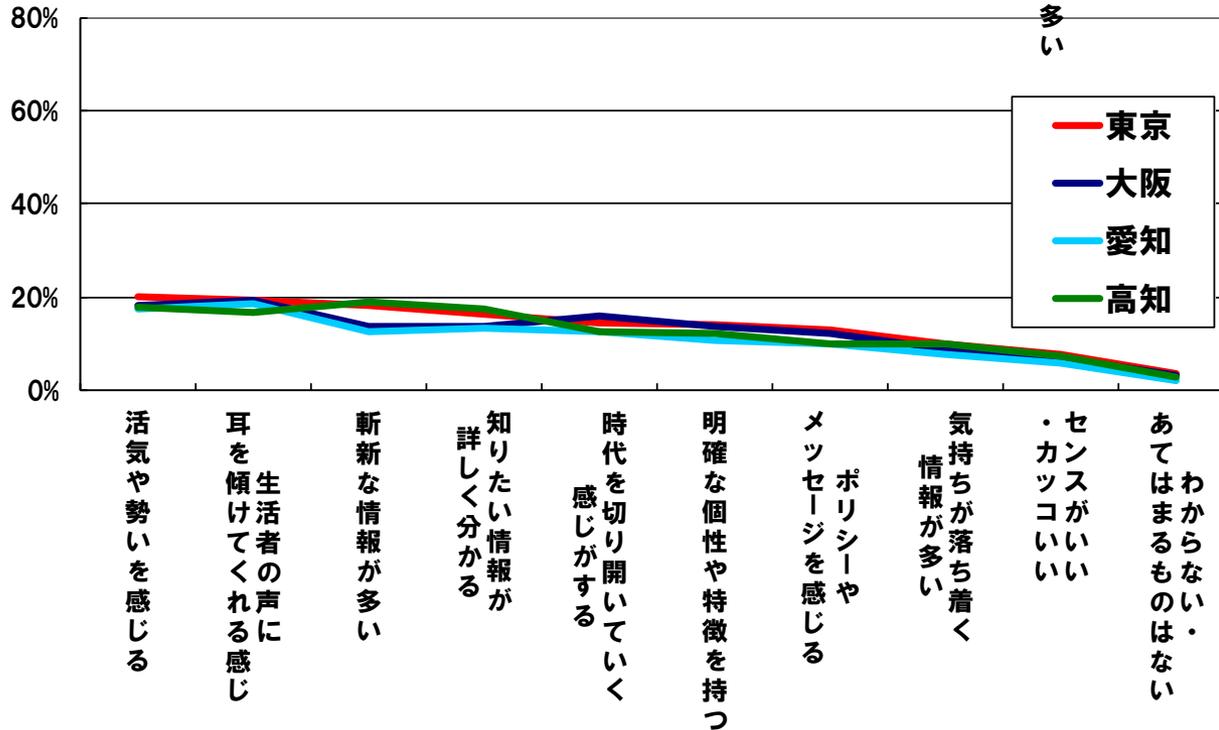
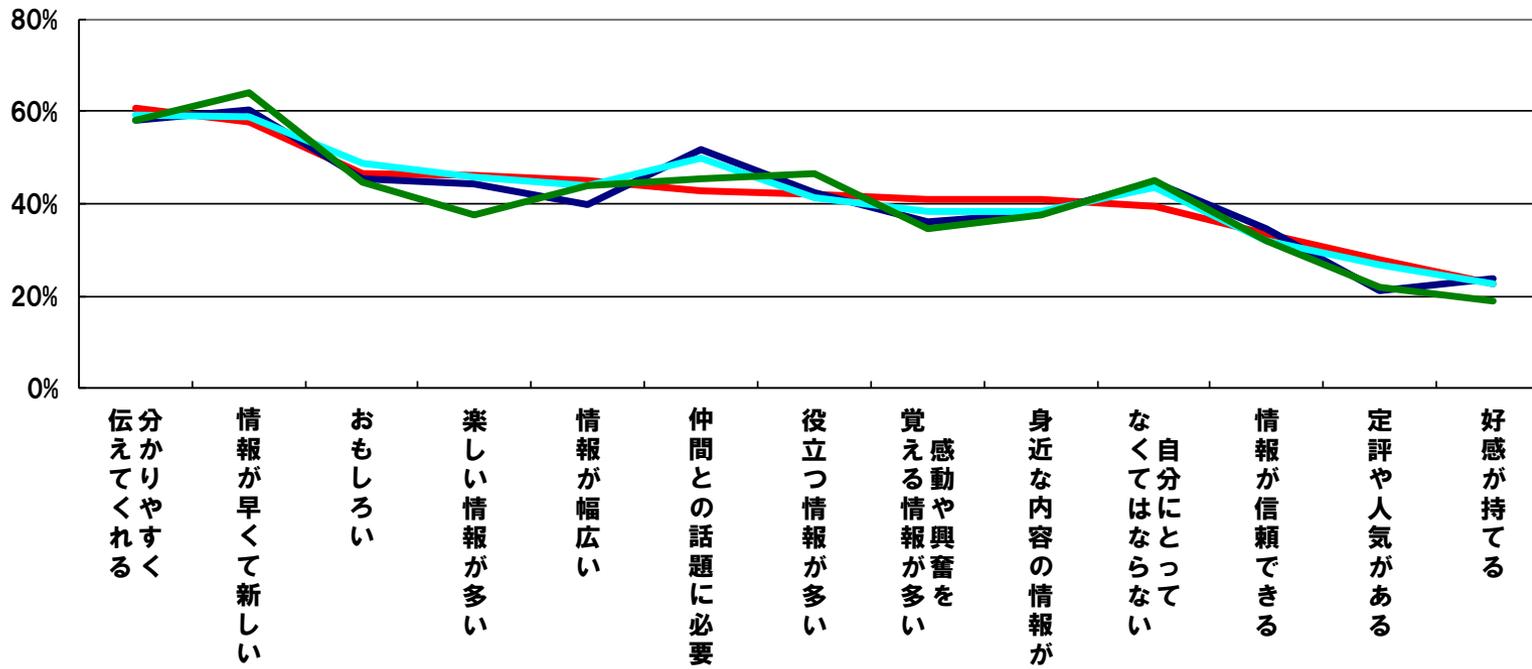
Q. 次の各情報メディアについて、ご自分にとってあてはまるものをお知らせ下さい。

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

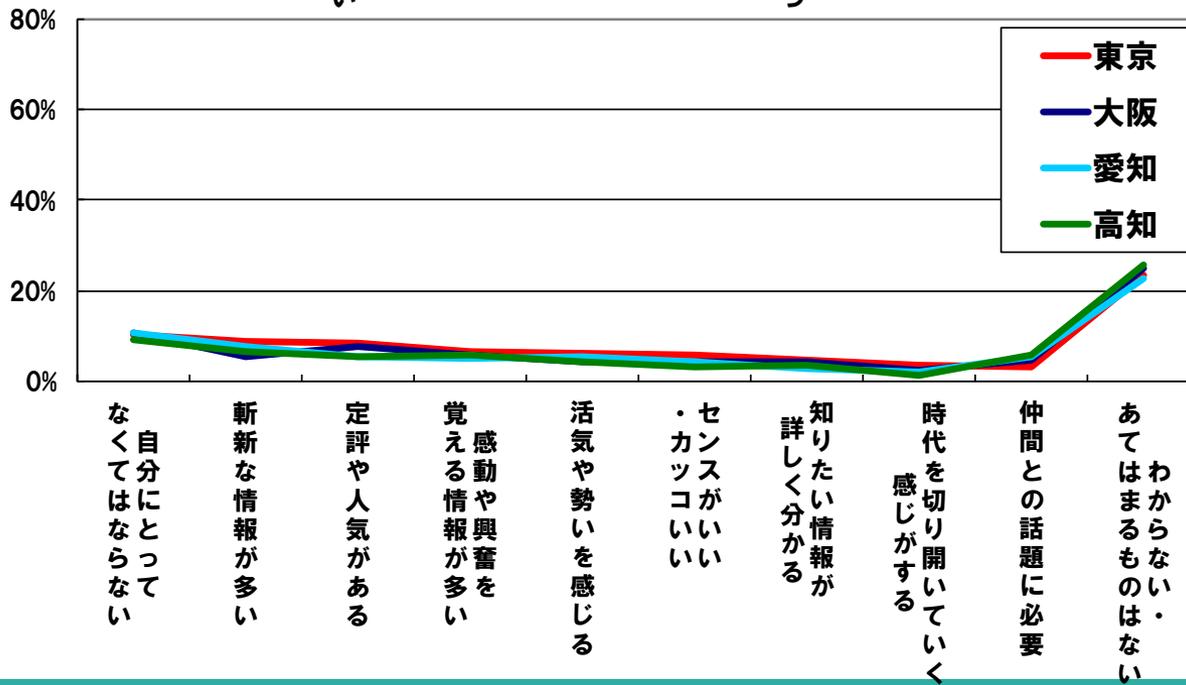
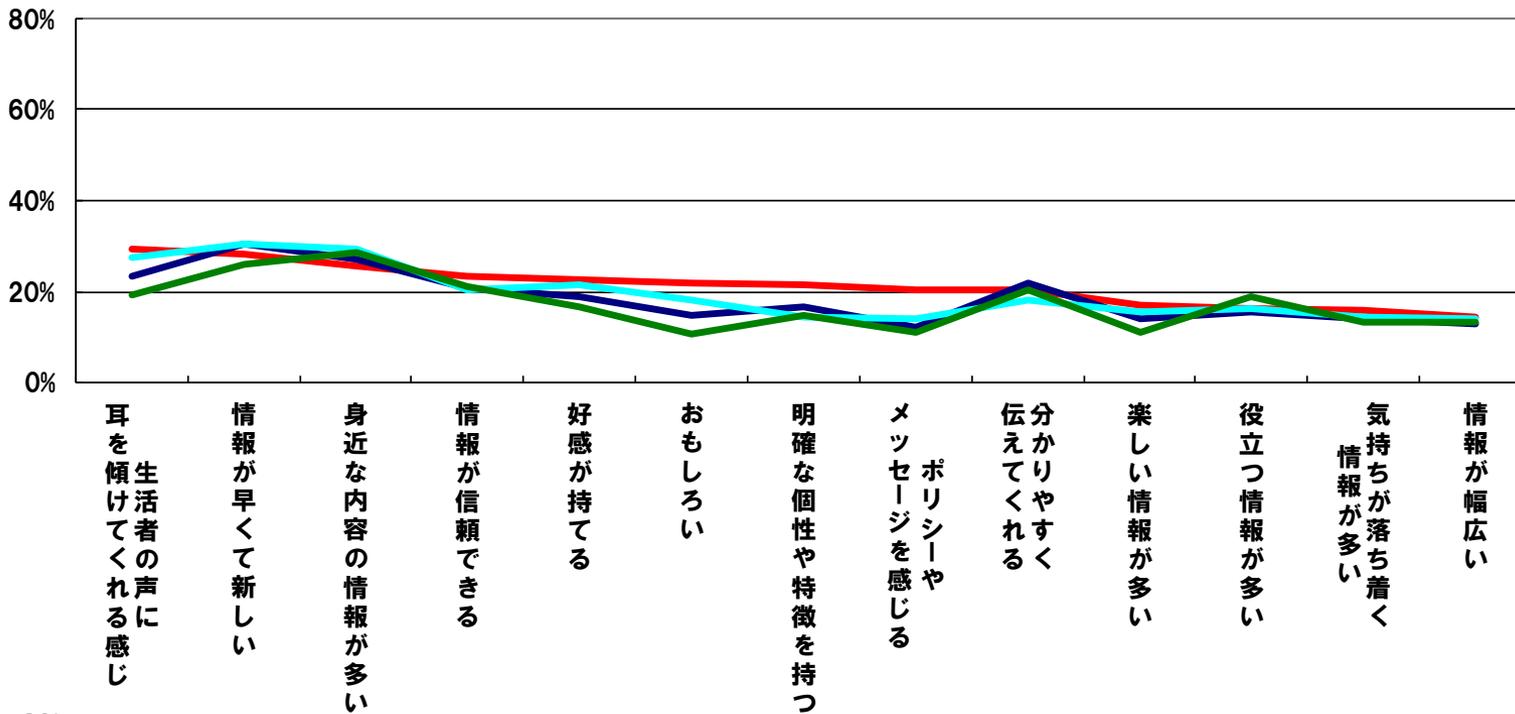
テレビイメージ



イメージ総量

東京	679%
大阪	664%
愛知	658%
高知	654%

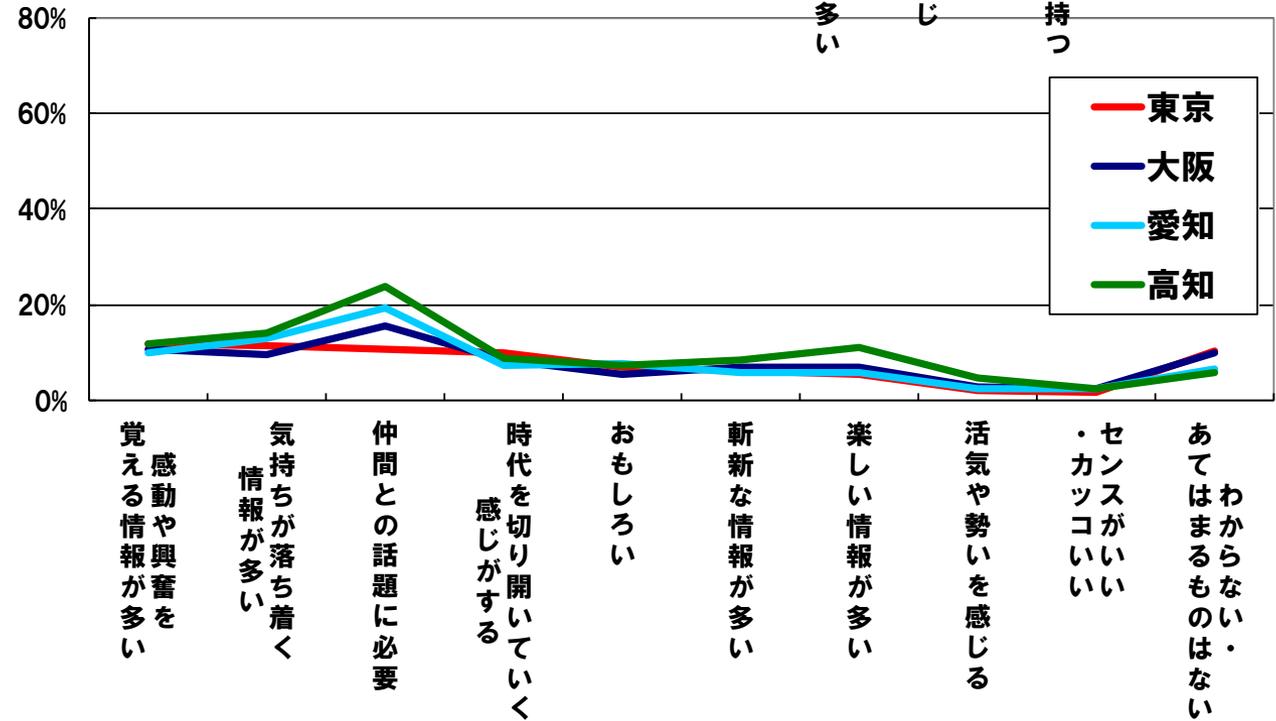
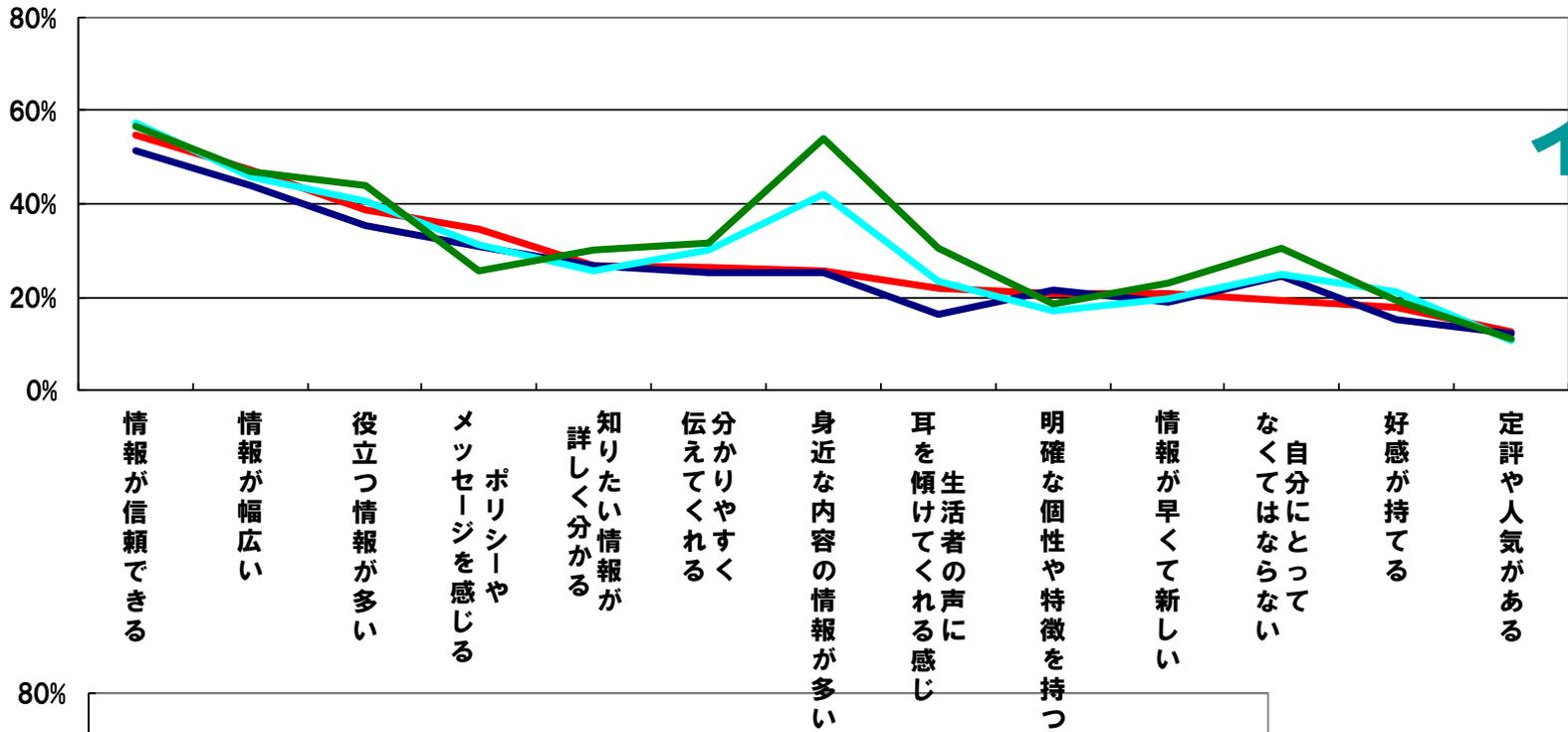
ラジオ イメージ



イメージ総量

東京	335%
大阪	293%
愛知	304%
高知	271%

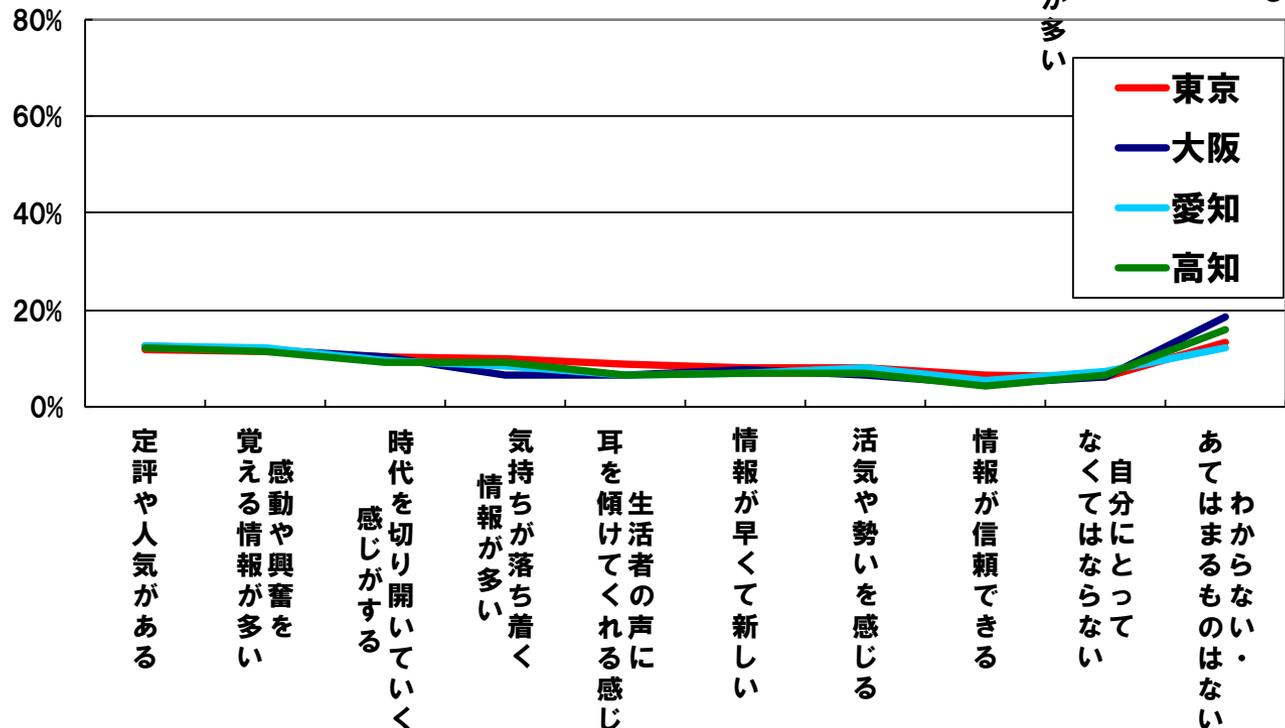
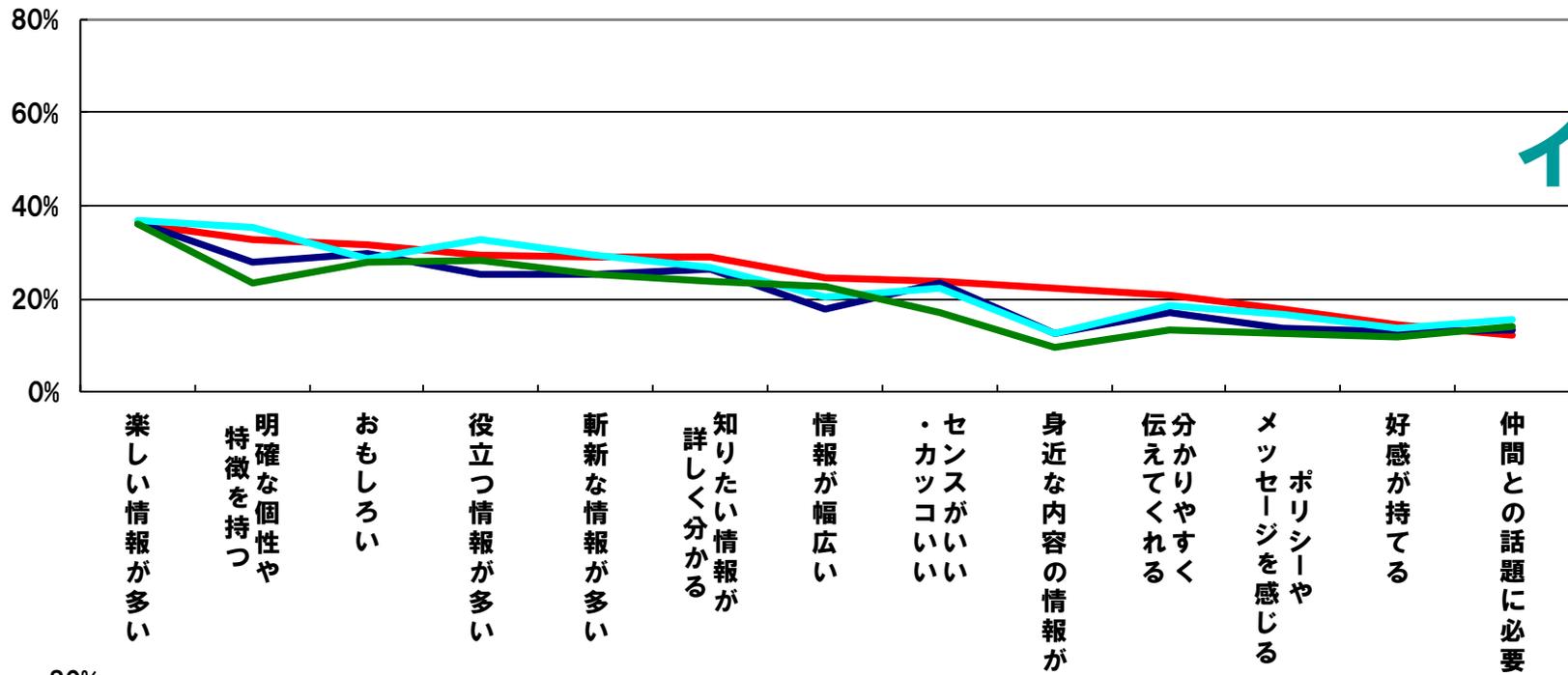
新聞 イメージ



イメージ総量

東京	433%
大阪	416%
愛知	464%
高知	515%

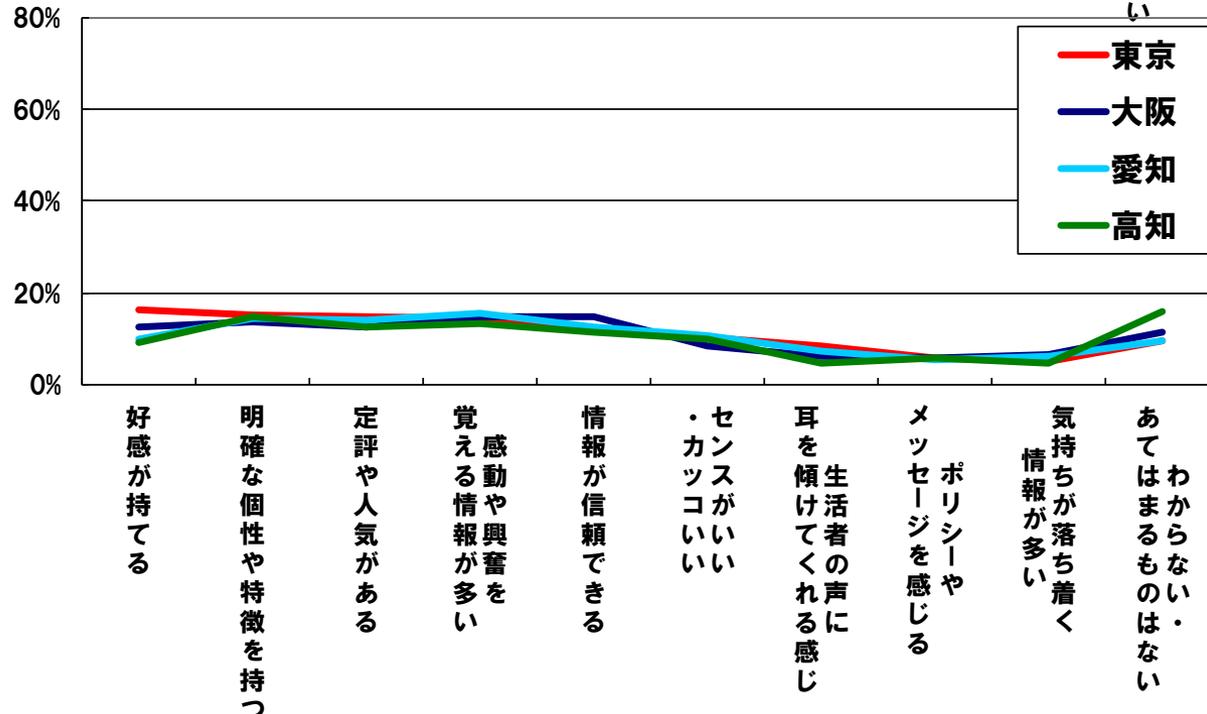
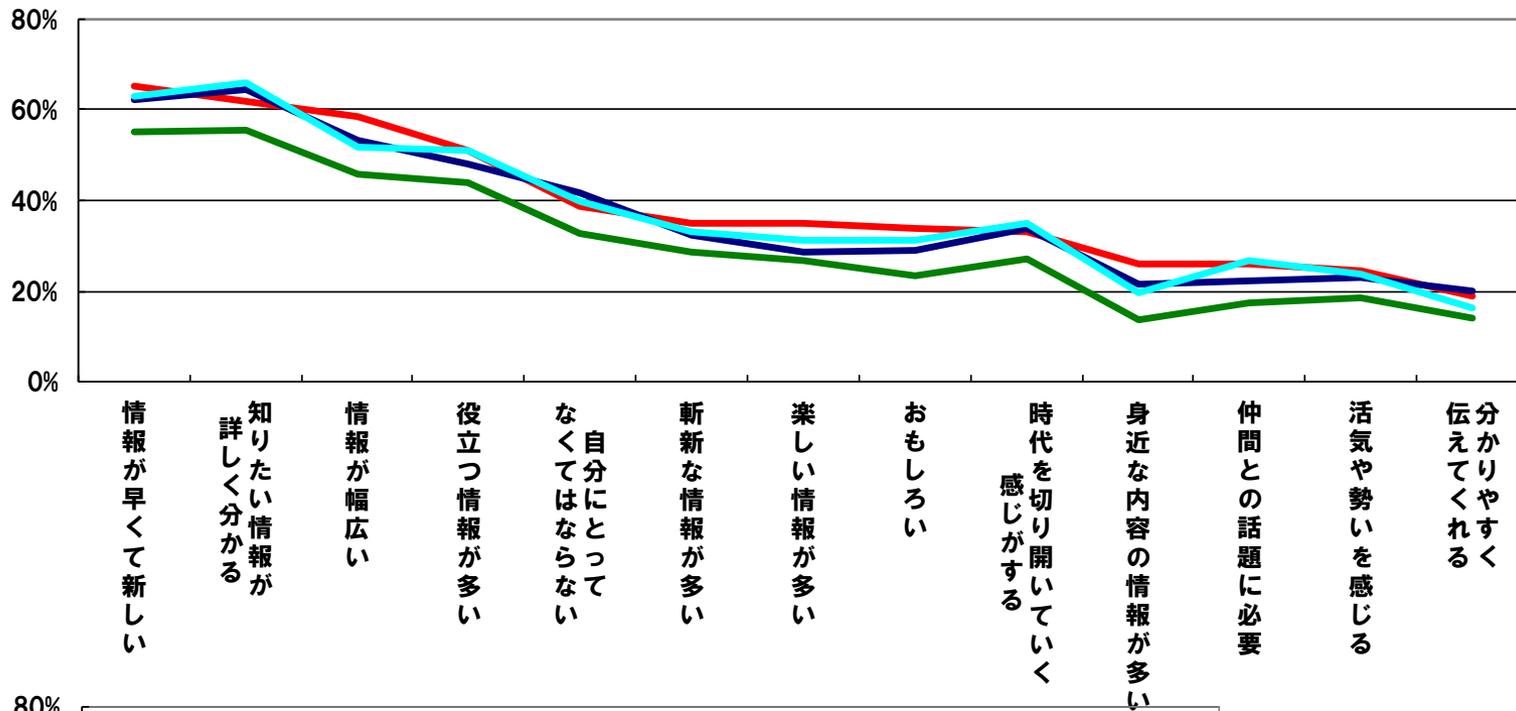
雑誌 イメージ



イメージ総量

東京	405%
大阪	354%
愛知	386%
高知	339%

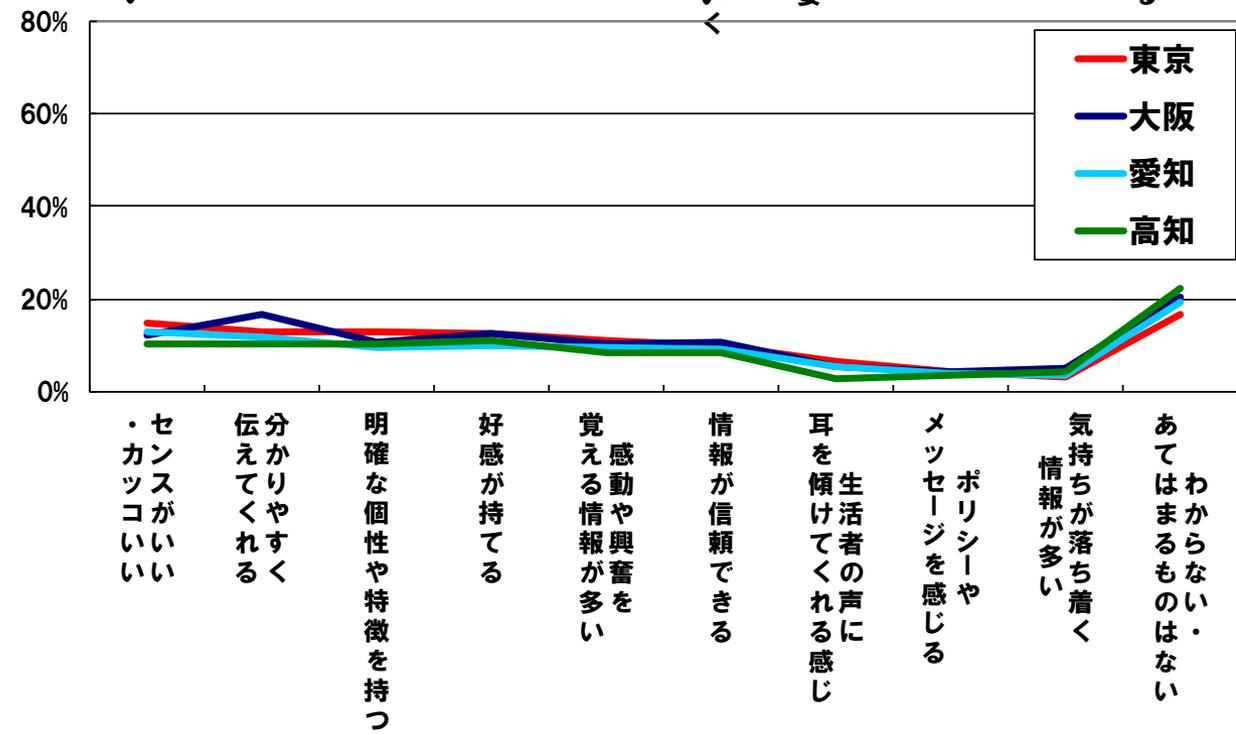
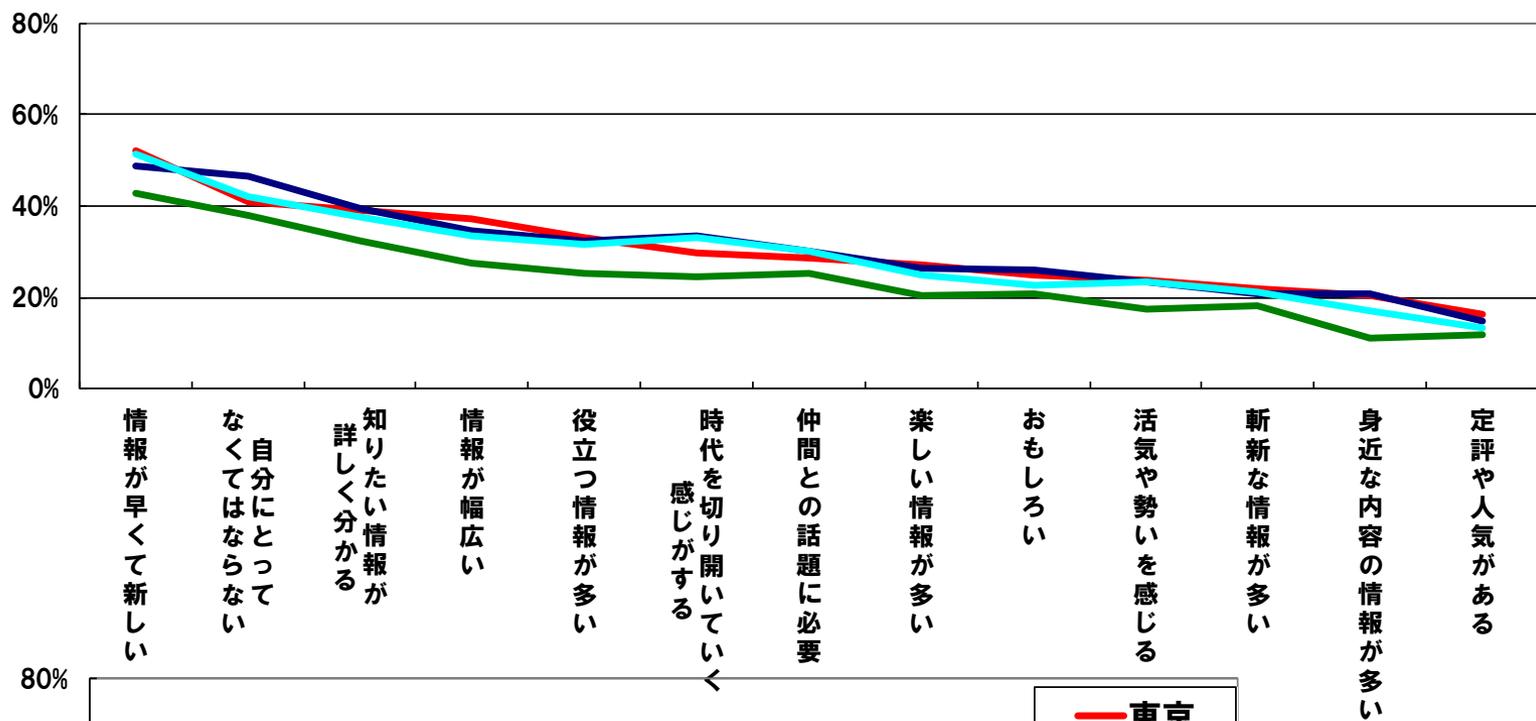
パソコン イメージ



イメージ総量

東京	■	610%
大阪	■	576%
愛知	■	584%
高知	■	489%

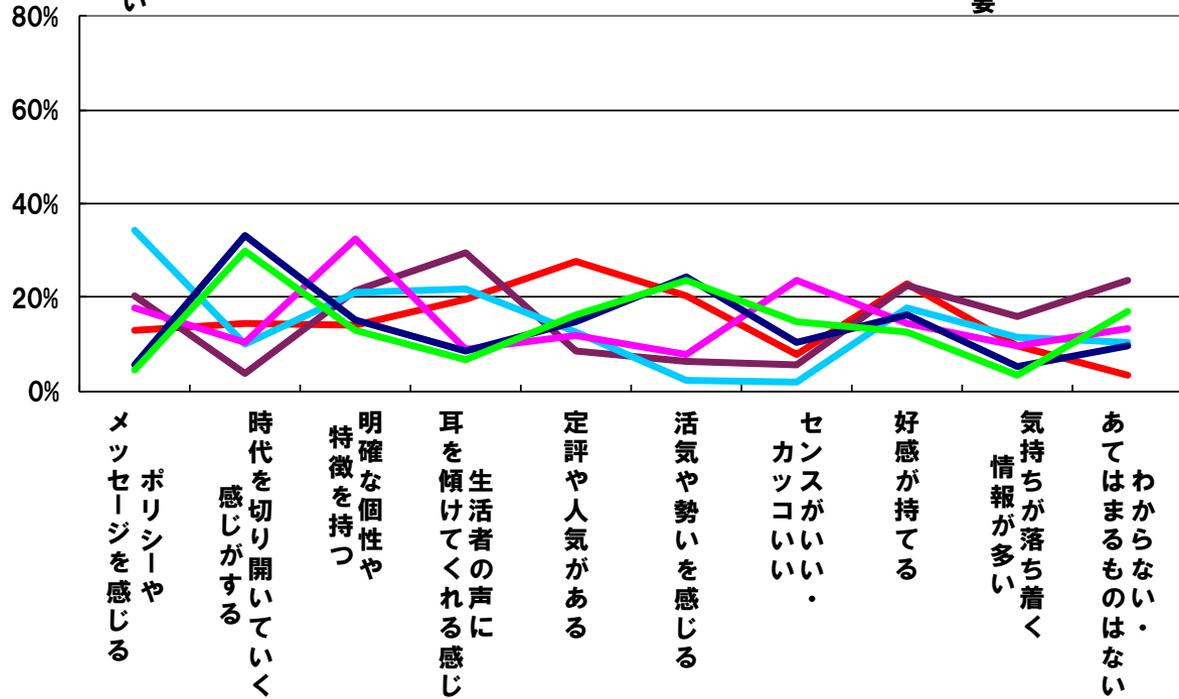
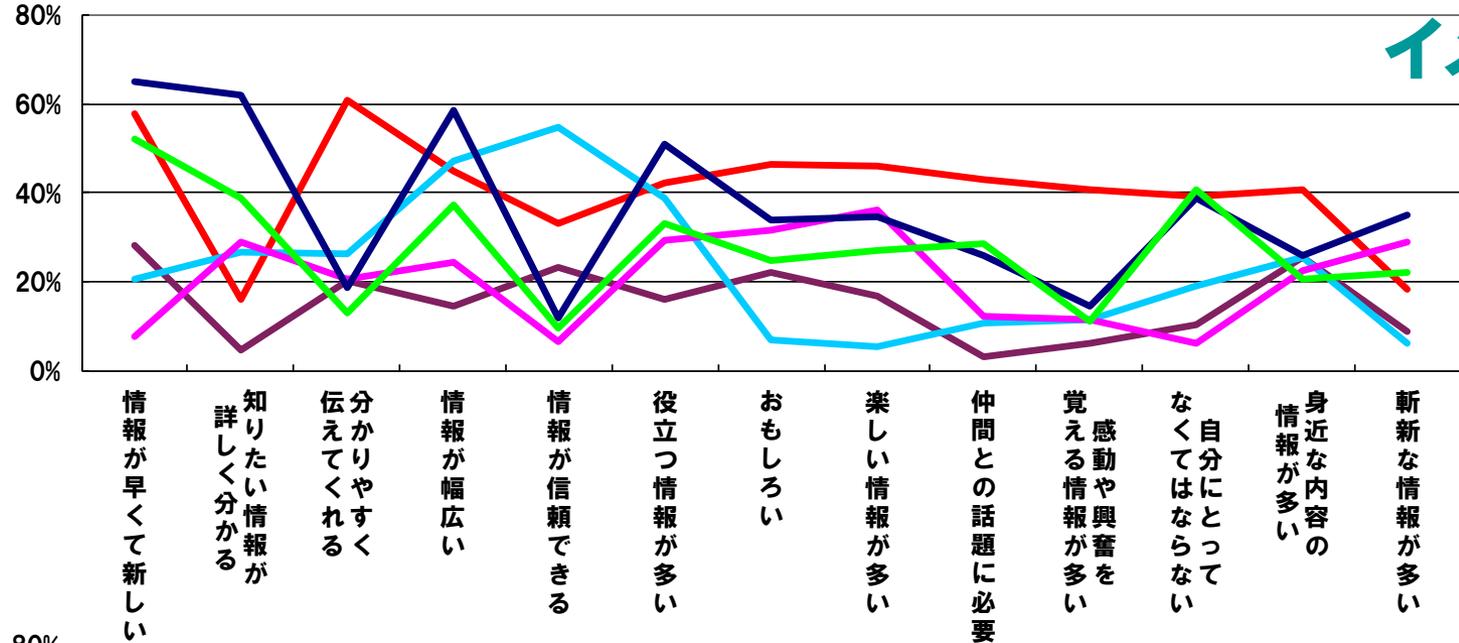
携帯 イメージ



イメージ総量

東京	■	483%
大阪	■	485%
愛知	■	458%
高知	■	385%

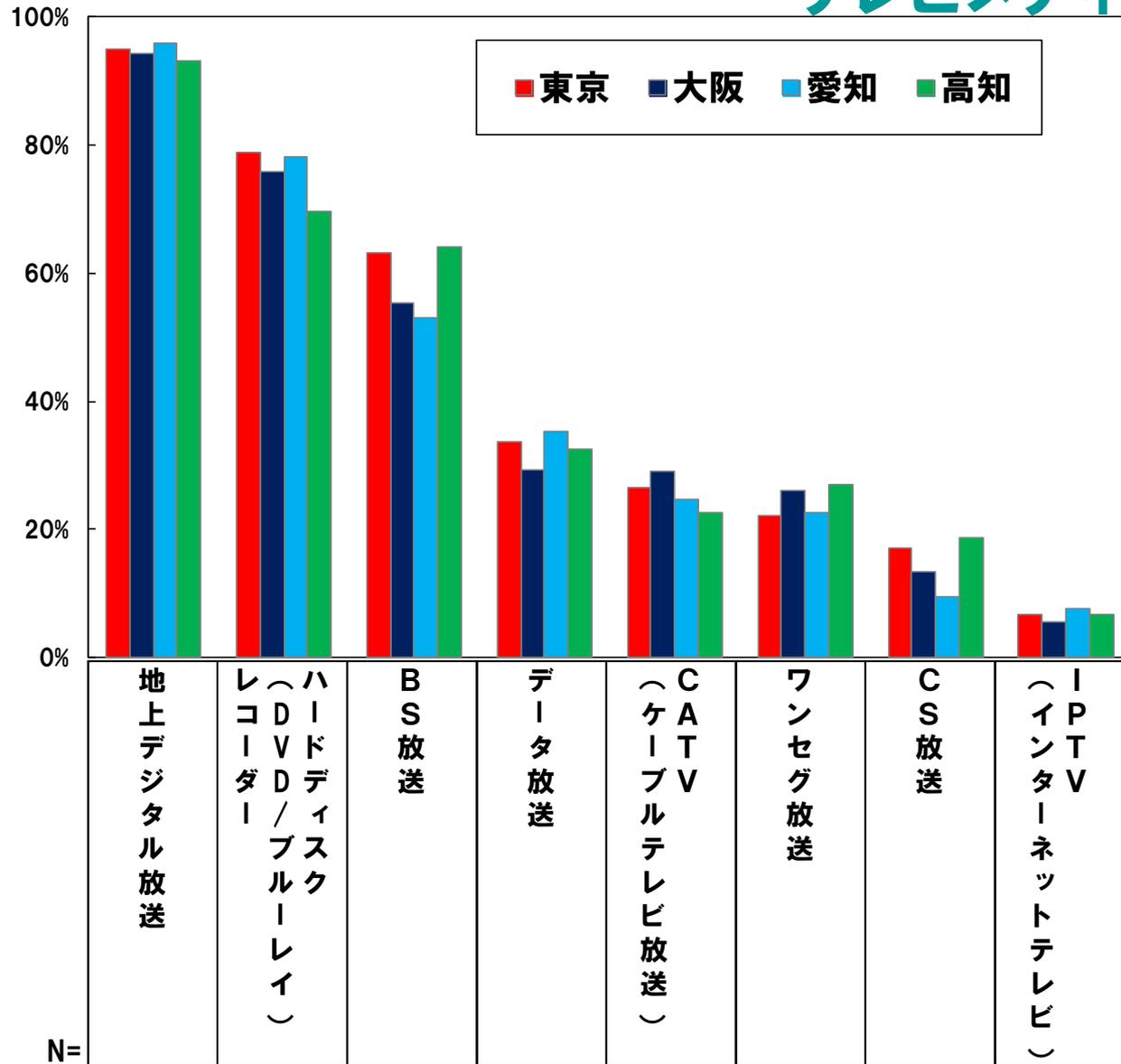
<東京地区>



テレビ	679%
ラジオ	335%
新聞	433%
雑誌	405%
パソコン	610%
携帯電話	483%

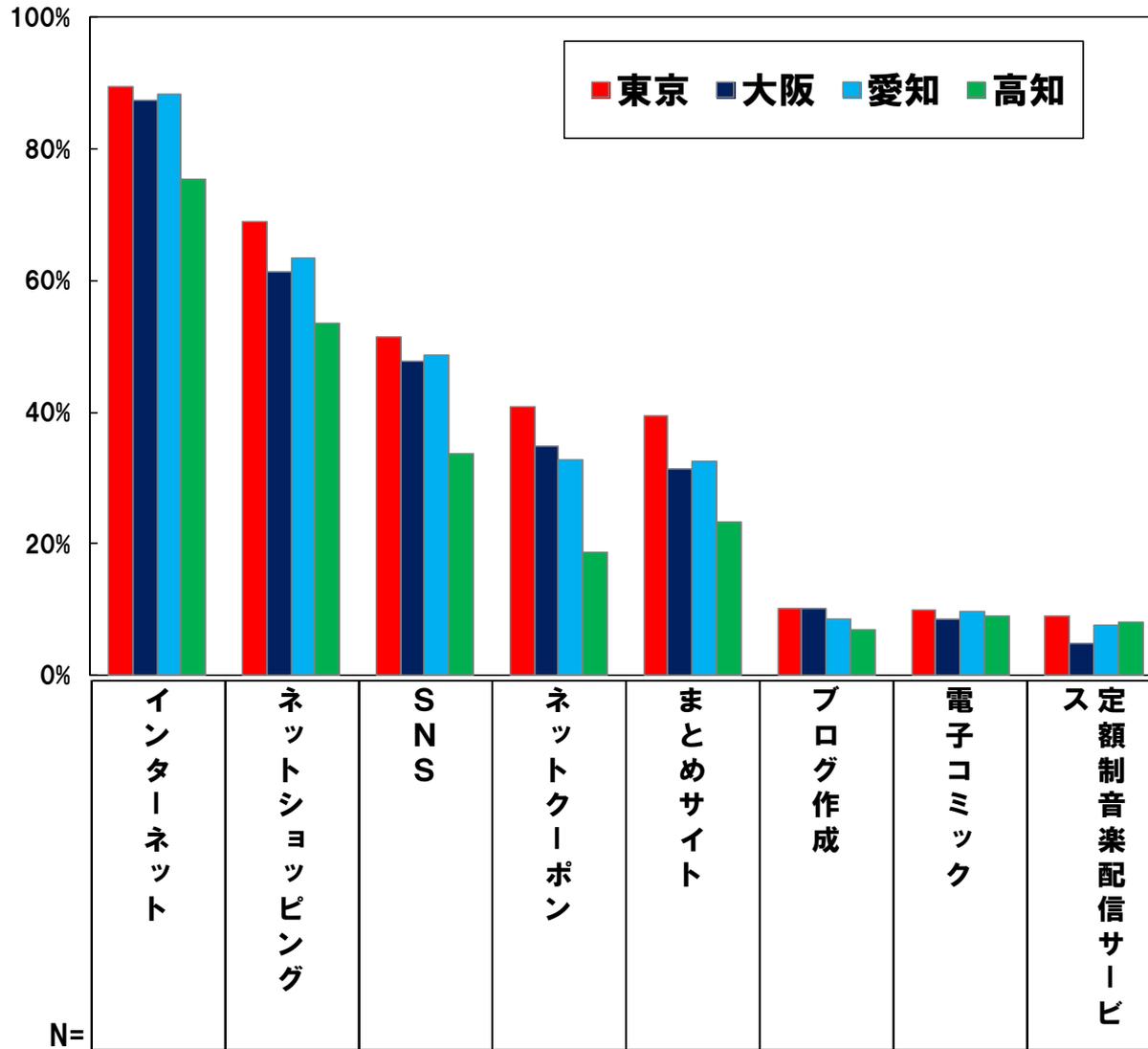
- ① メディア接触時間
- ② メディアイメージ
- ③ **メディアサービス利用状況**
- ④ デジタル機器利用状況
- ⑤ メディア視聴実態
- ⑥ ソーシャルメディア

テレビメディアサービス 利用状況



	N=	東京	大阪	愛知	高知
地上デジタル放送	2086	95.0	94.2	96.0	93.1
レコーダー (DVDディスク /ブルーレイ)	1636	78.8	75.9	78.2	69.7
BS放送	1619	63.2	55.4	53.1	64.0
データ放送	1538	33.6	29.4	35.2	32.6
CATV (ケーブルテレビ放送)		26.6	29.1	24.8	22.6
ワンセグ放送		22.1	26.0	22.5	26.9
CS放送		17.1	13.3	9.5	18.8
IPTV (インターネットテレビ)		6.6	5.5	7.6	6.8

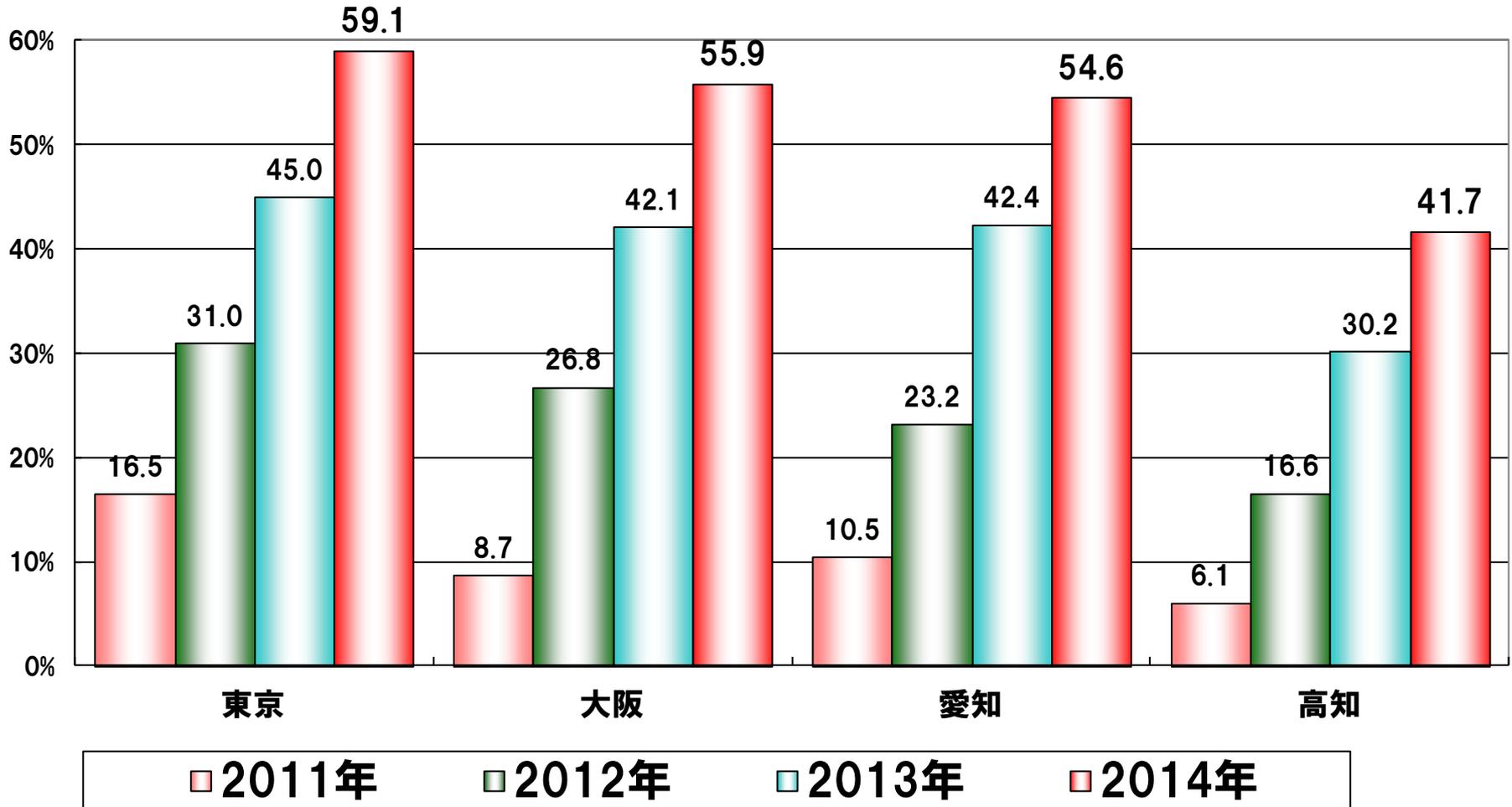
インターネットメディアサービス 利用状況



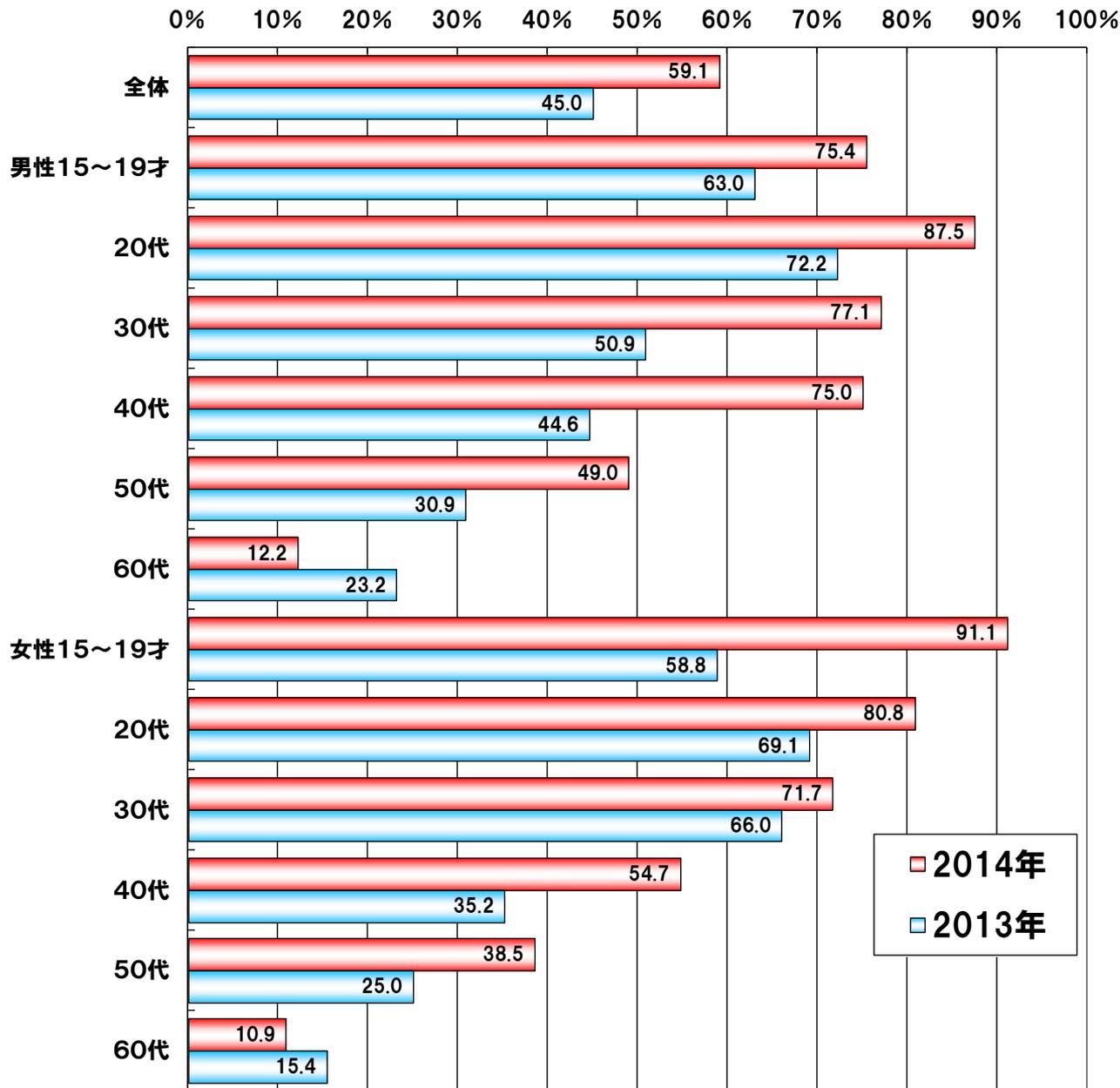
	N=	東京 (%)	大阪 (%)	愛知 (%)	高知 (%)
東京	2086	89.5	87.3	88.4	75.3
大阪	1636	69.0	61.3	63.3	53.6
愛知	1619	51.5	47.8	48.7	33.6
高知	1538	40.9	34.9	32.8	18.6
		39.4	31.3	32.6	23.3
		10.1	10.2	8.6	7.0
		9.9	8.6	9.6	9.1
		8.9	4.8	7.6	8.0

- 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

スマートフォン所有状況 時系列変化



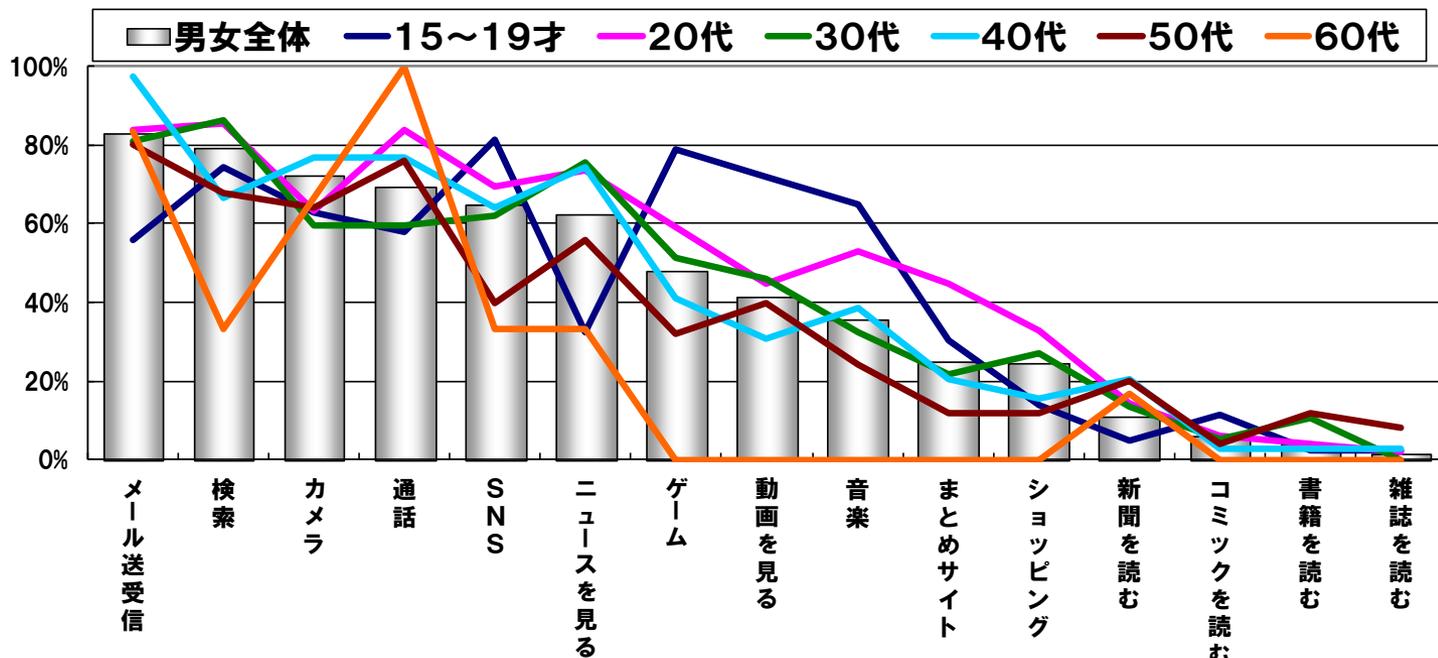
スマートフォン所有状況 性年齢別



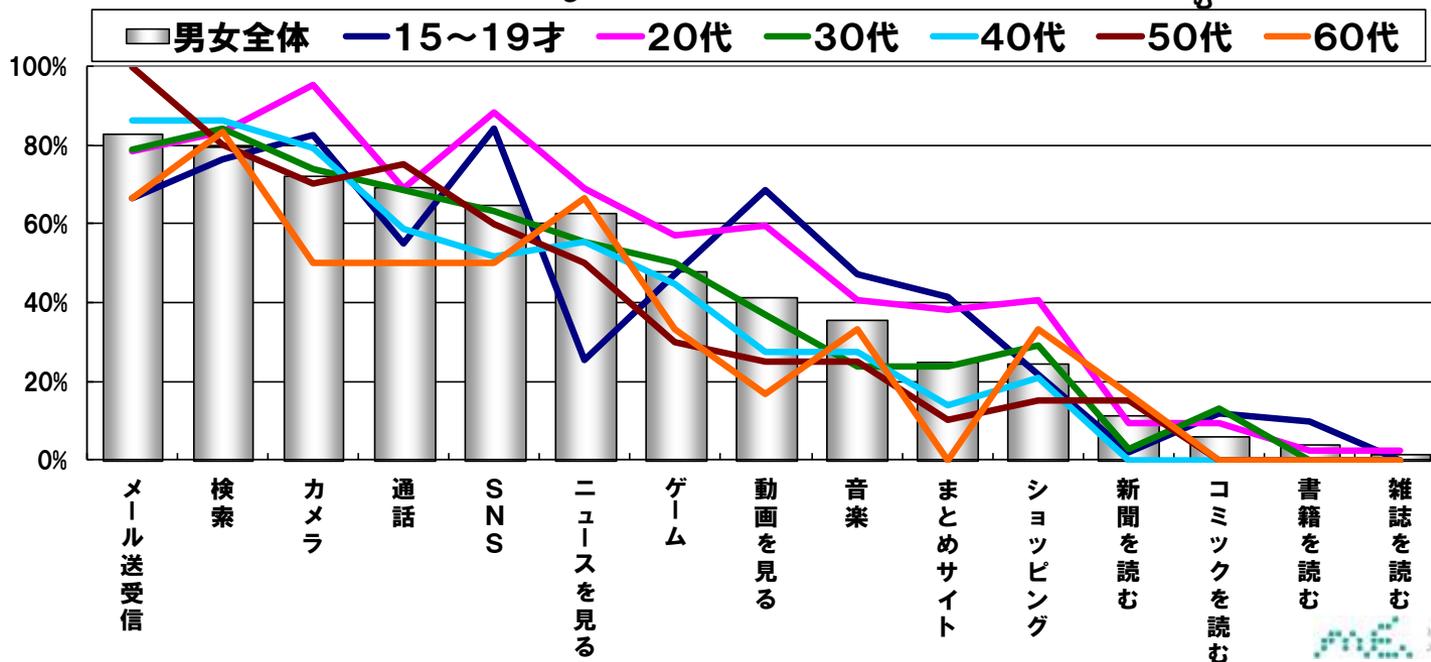
<東京地区>

スマートフォン利用機能 性年齢別

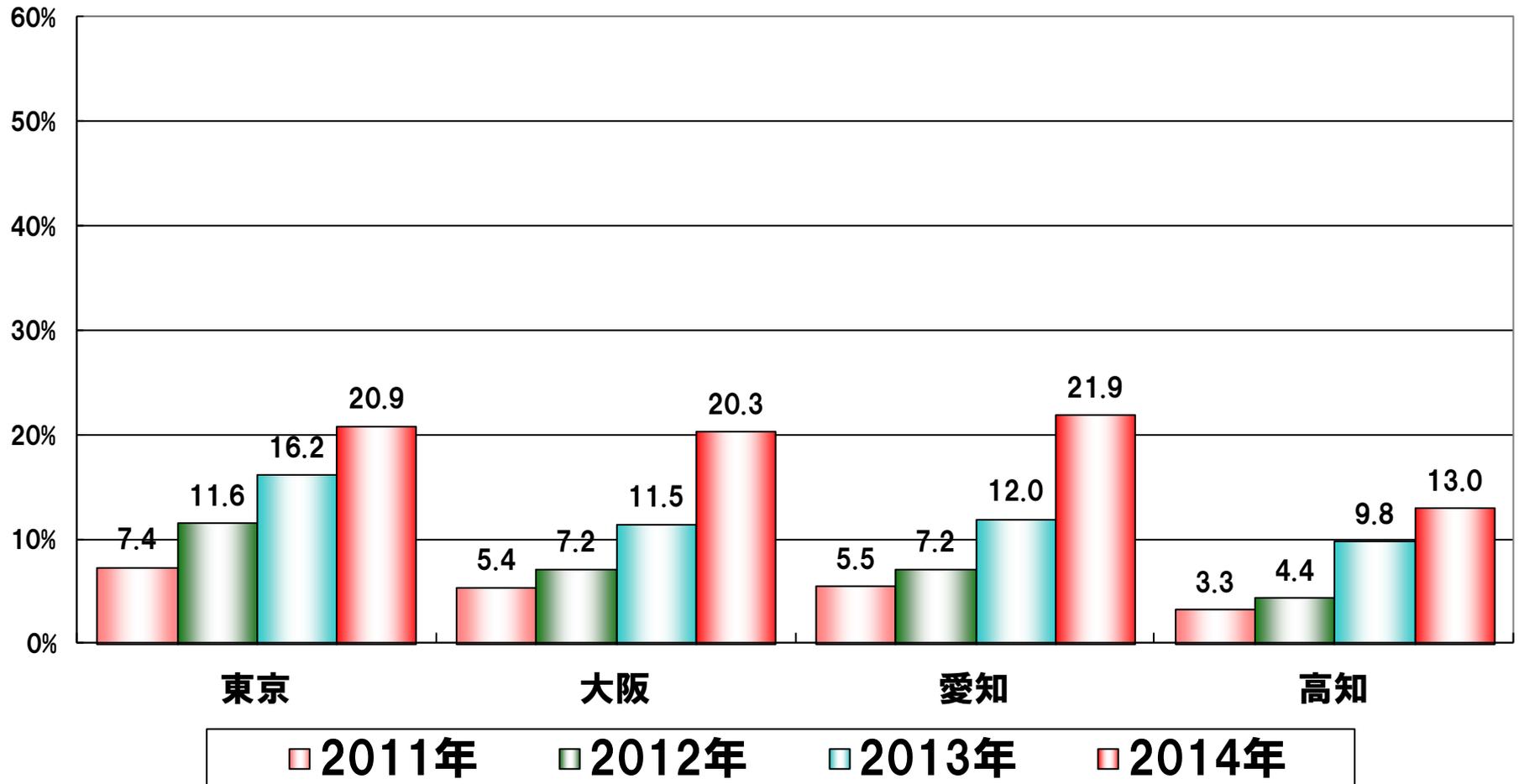
男性



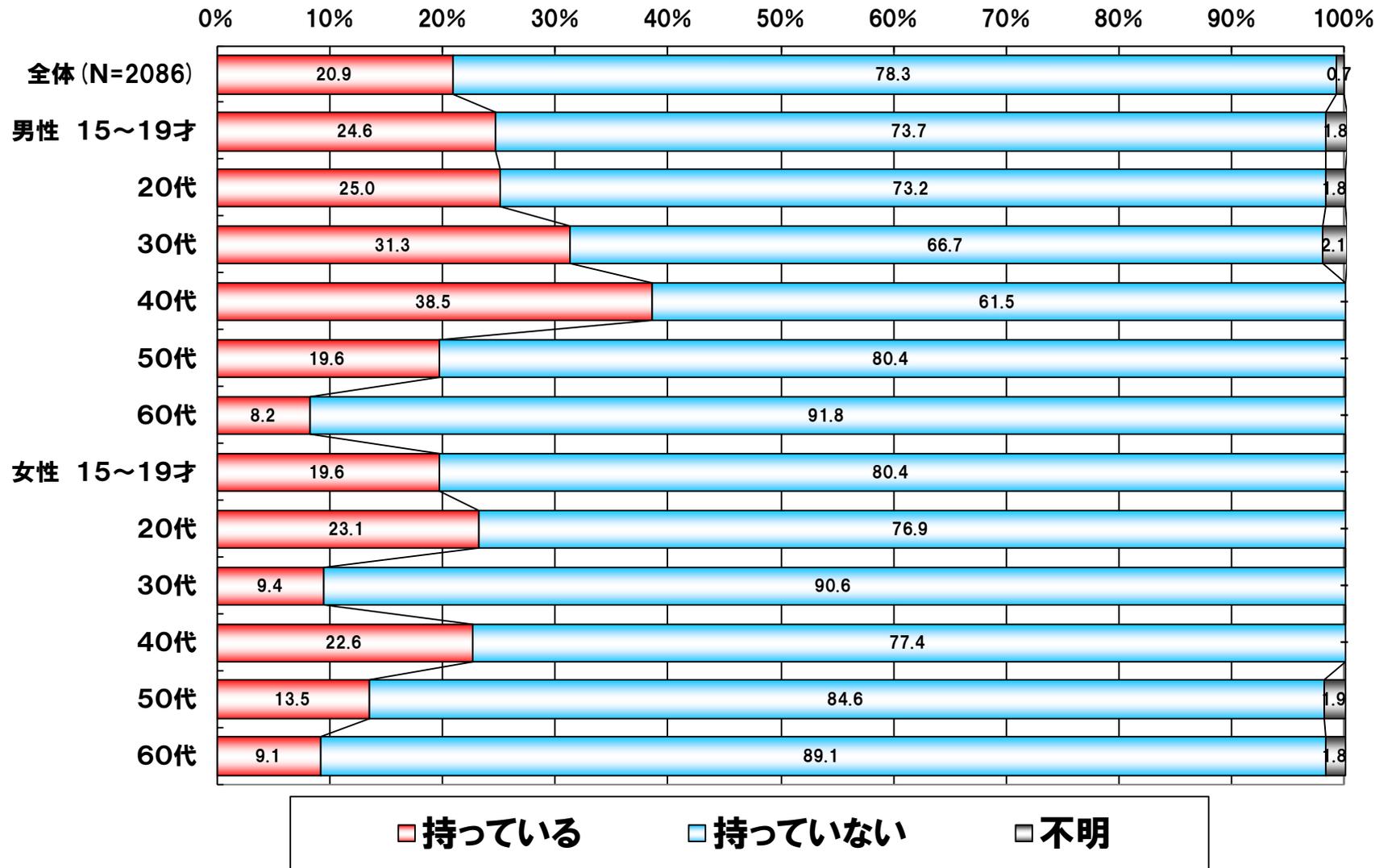
女性



タブレット端末所有状況 時系列変化



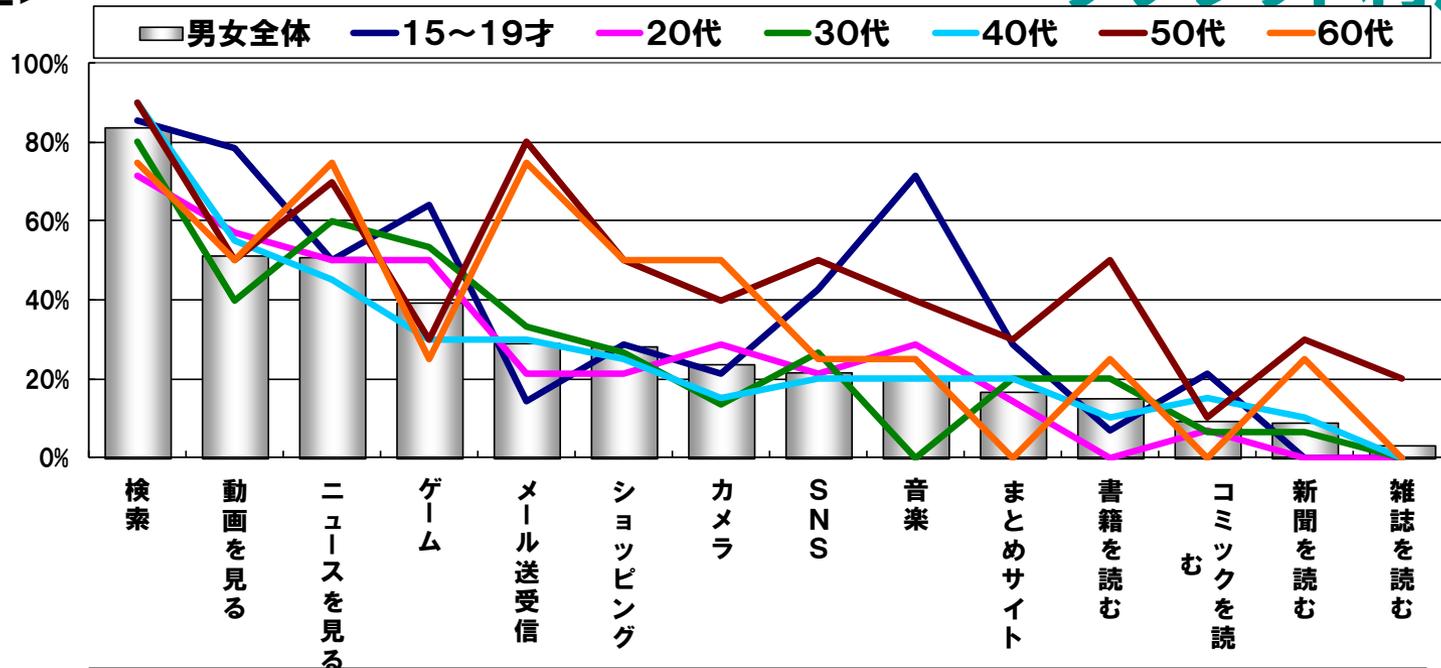
タブレット端末所有状況 性年齢別



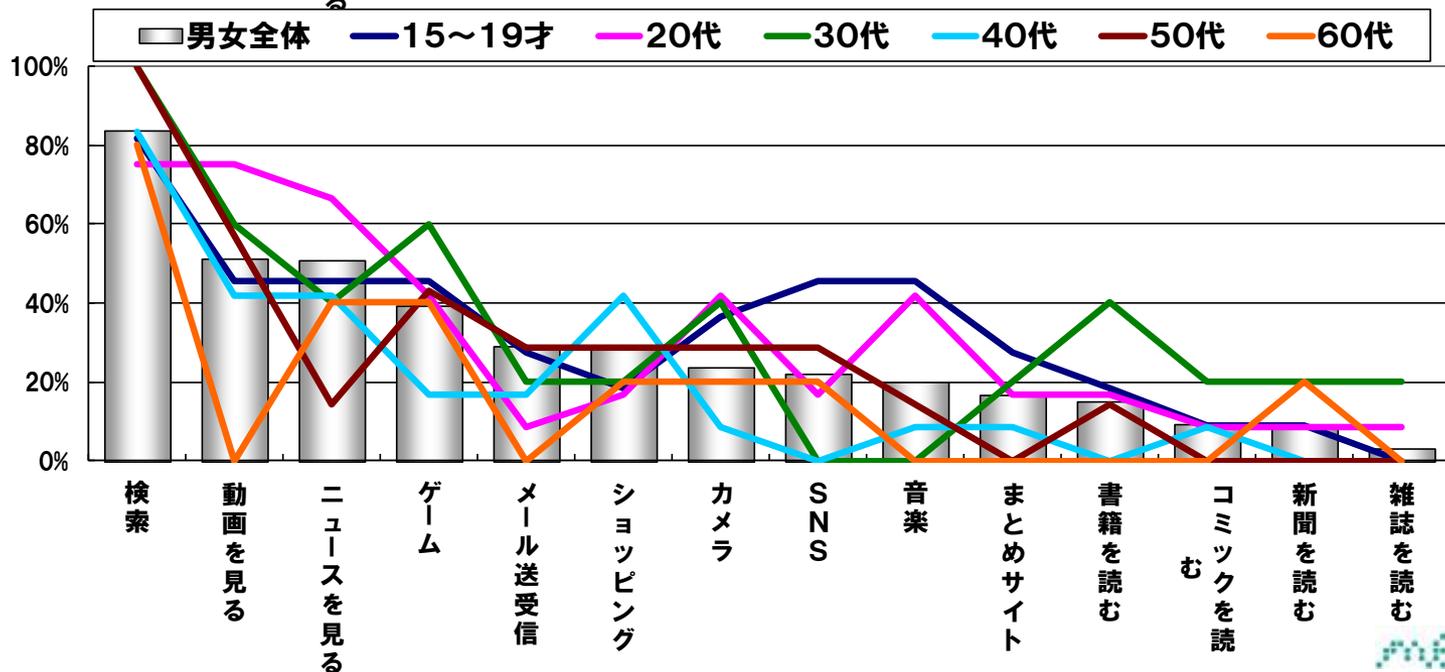
タブレット利用機能

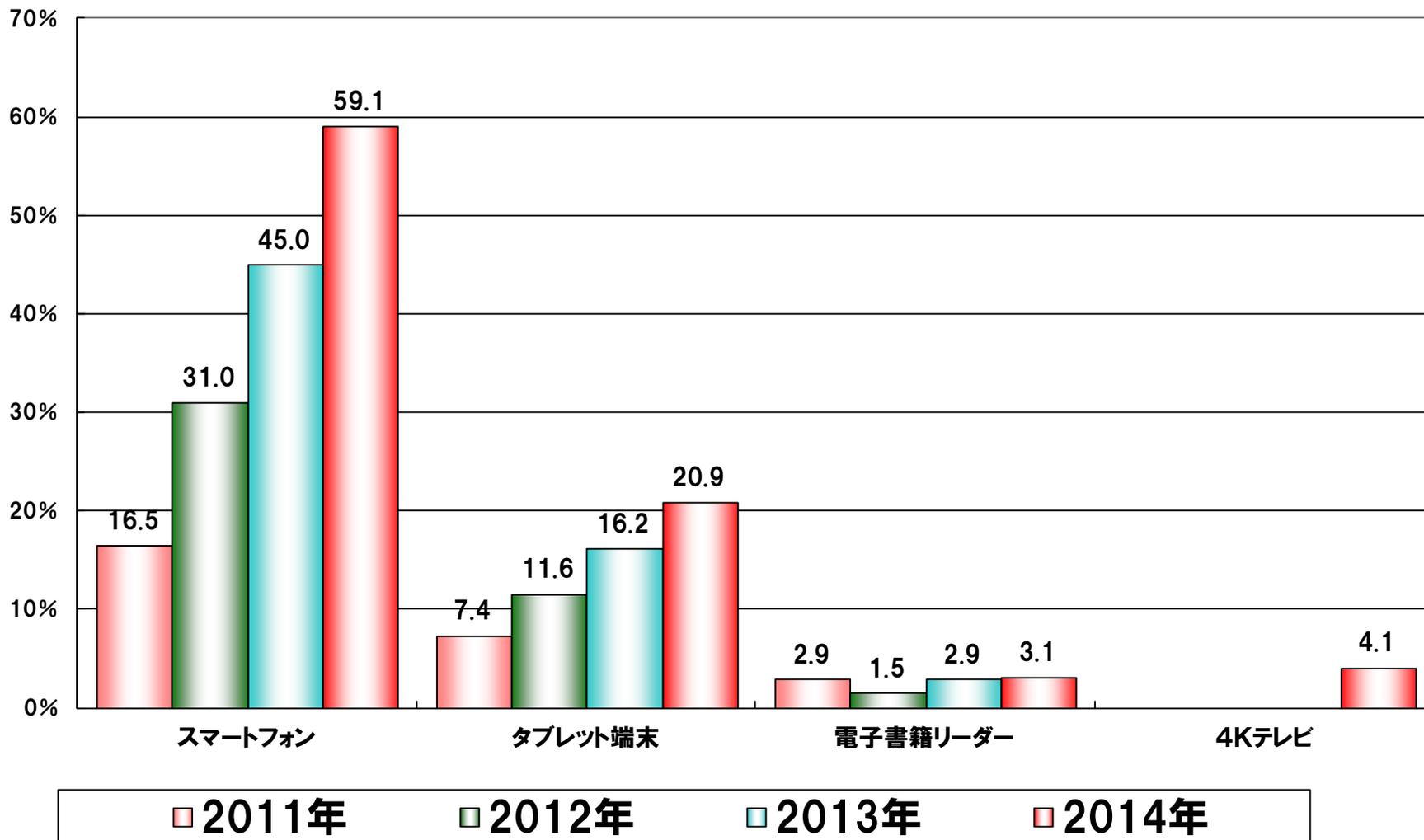
<東京地区>

男性



女性

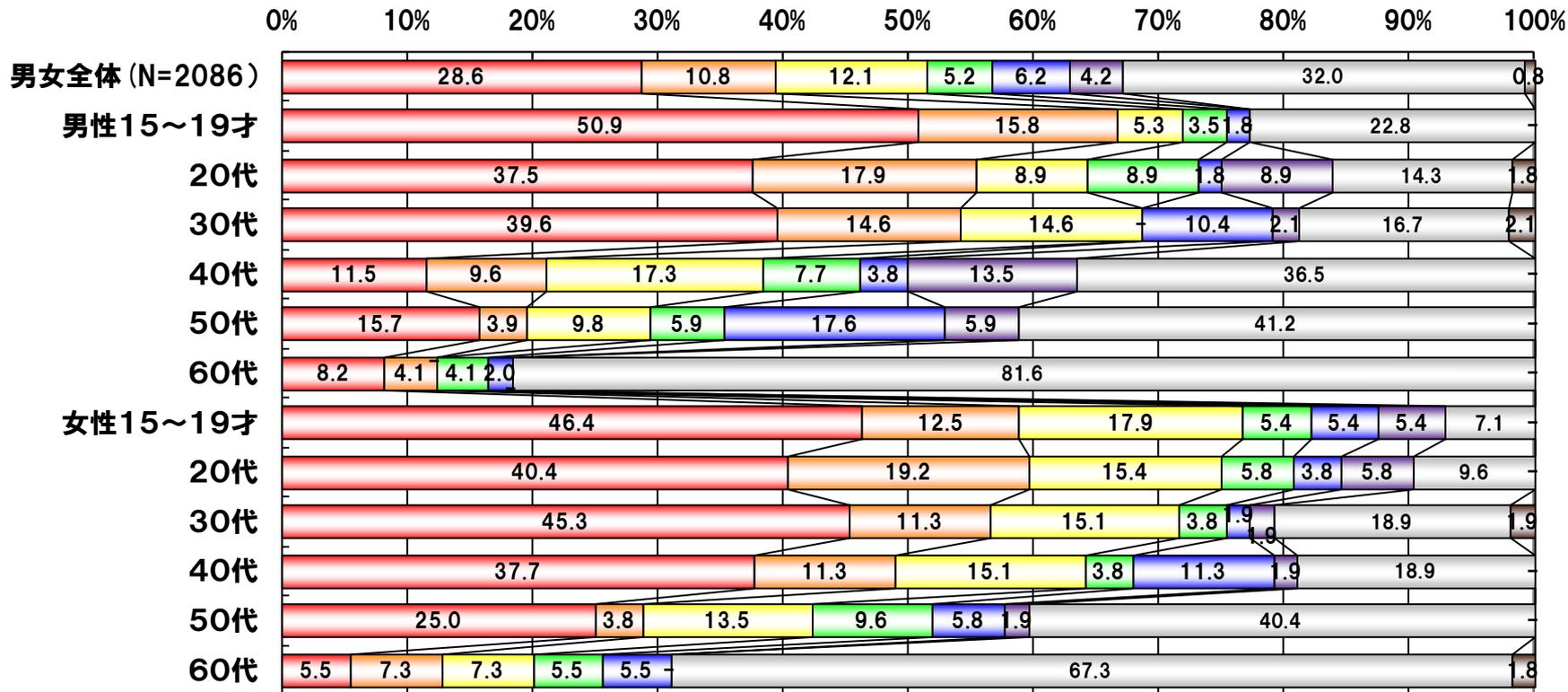




- ① メディア接触時間
- ② メディアイメージ
- ③ メディアサービス利用状況
- ④ デジタル機器利用状況
- ⑤ **メディア視聴実態**
- ⑥ ソーシャルメディア

TV視聴時の態度・行動

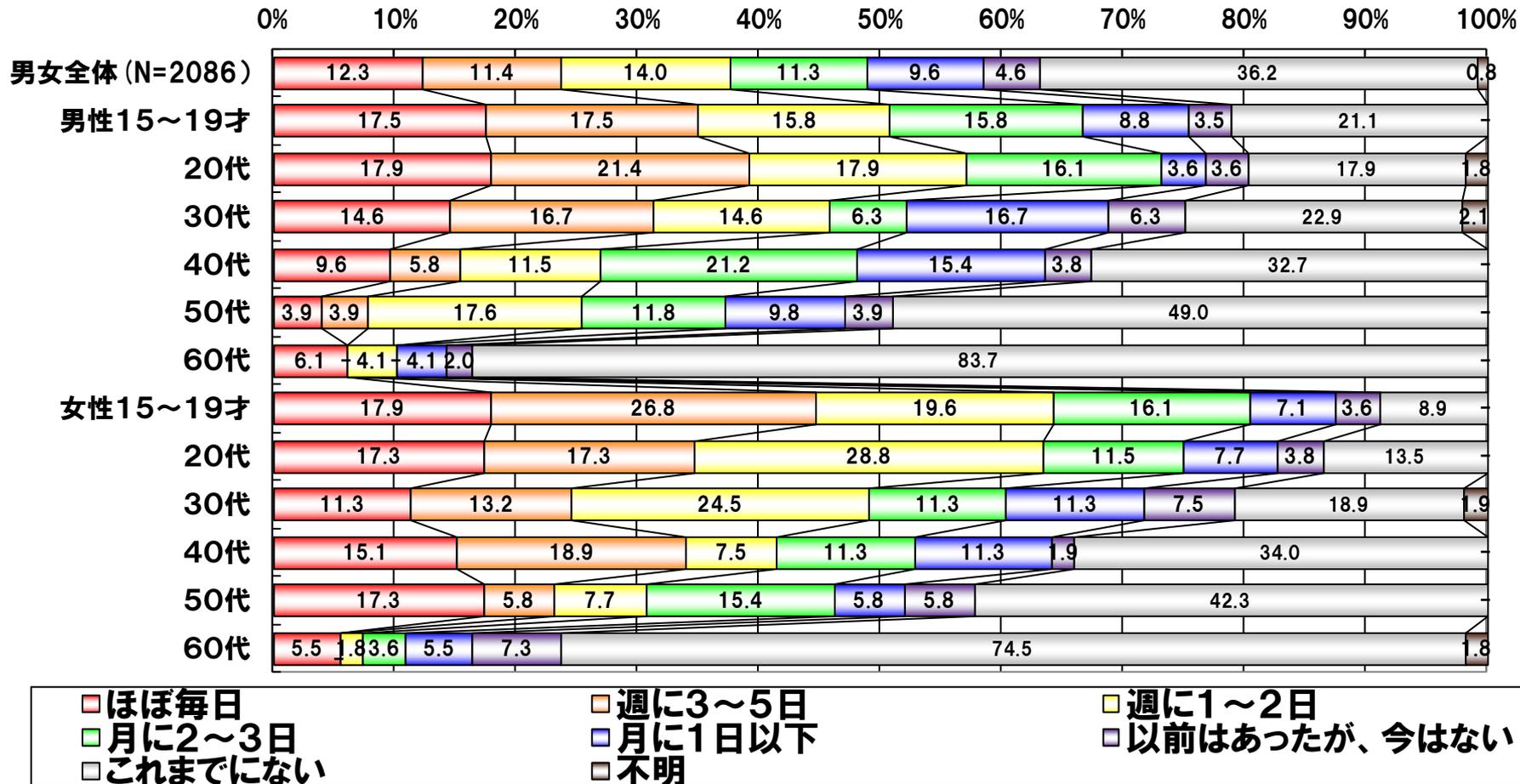
Q 携帯電話やスマートフォン、タブレット端末を操作しながら
テレビを見ることは、どの程度ありますか？



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

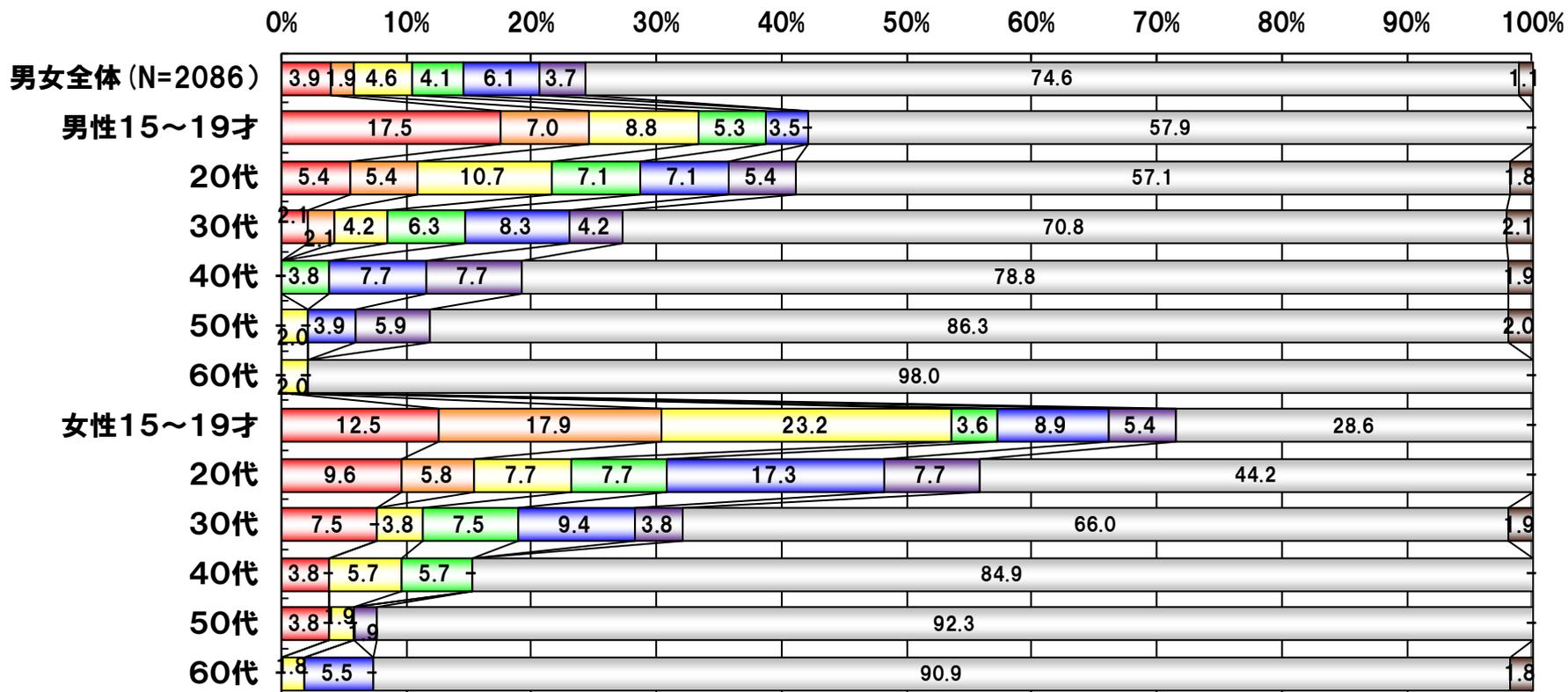
TV視聴時の態度・行動

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？



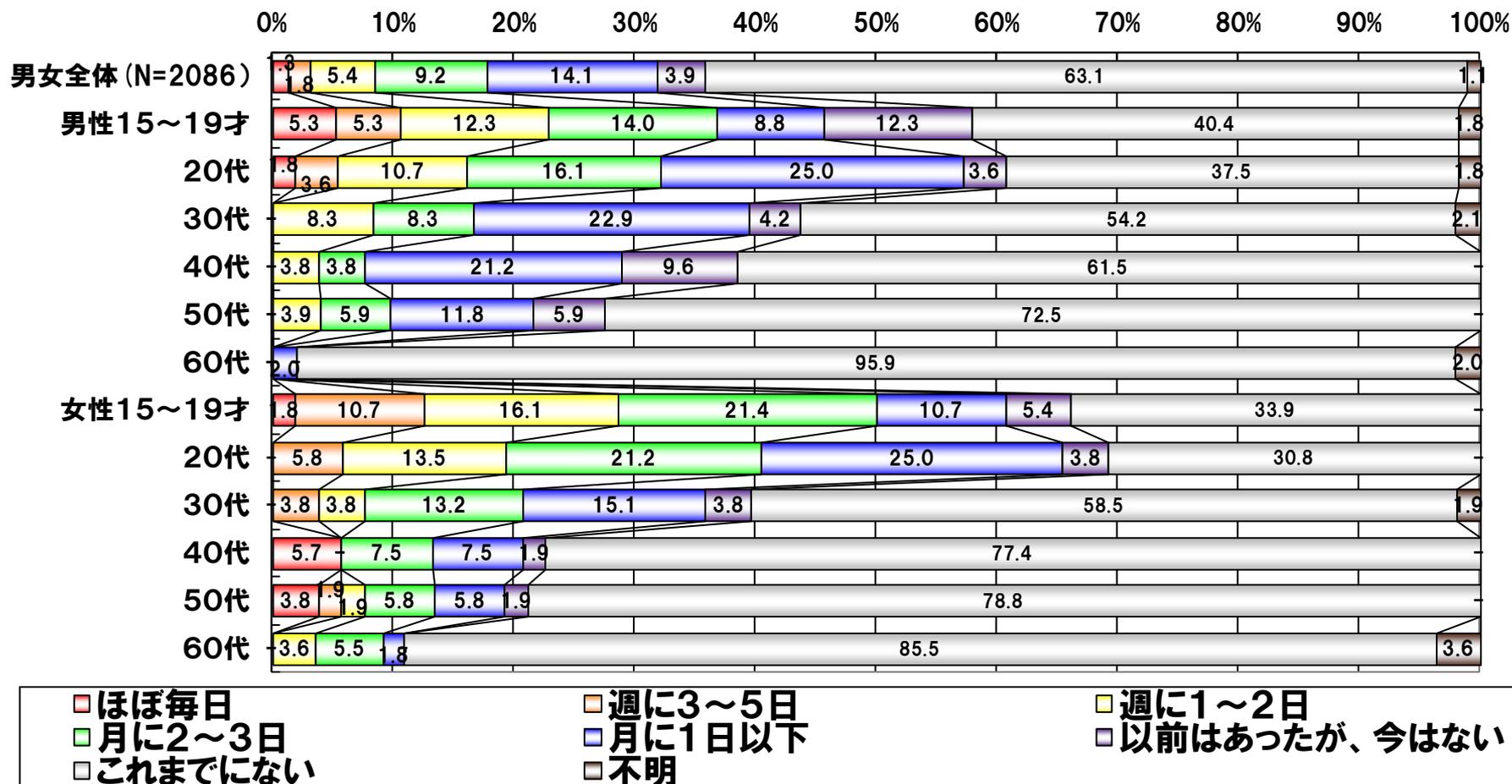
TV視聴時の態度・行動

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？



- 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 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？

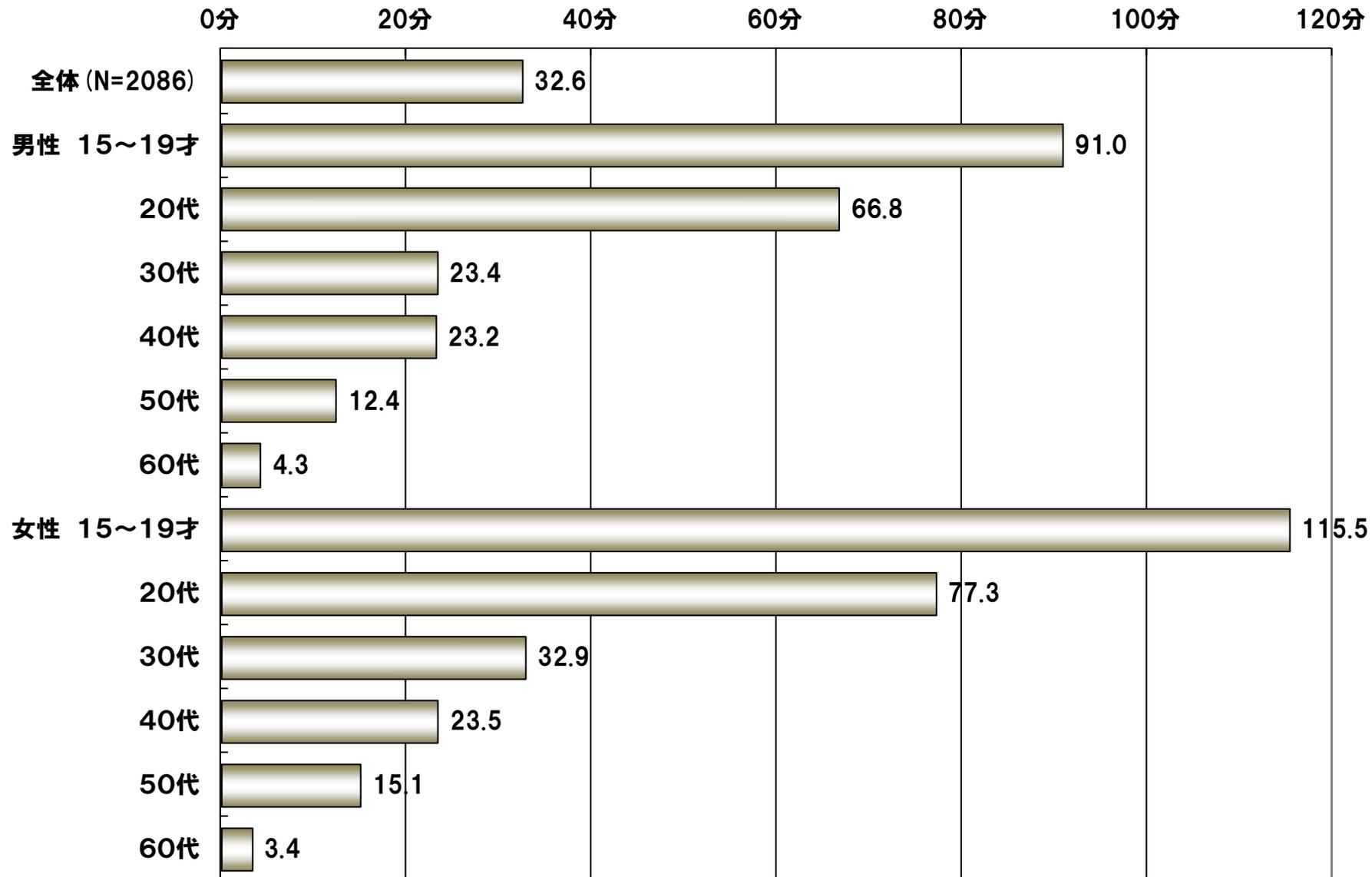


- ① メディア接触時間
- ② メディアイメージ
- ③ メディアサービス利用状況
- ④ デジタル機器利用状況
- ⑤ メディア視聴実態
- ⑥ ソーシャルメディア

<東京地区>

ソーシャルメディア接触時間 性年齢別

週平均・1日あたりの接触時間



◆当社の許可なく無断転載・複製を禁じます。
本レポートの転載および一部引用が必要な場合は、
お問い合わせフォームより、ご連絡ください。

博報堂DYメディアパートナーズ
メディア環境研究所 担当 中杉 馬場

お問い合わせフォーム

<http://www.media-kankyo.jp/contact/>