



博報堂DYメディアパートナーズ「メディアニューノーマル調査」を実施
～コロナ禍のメディア接触やデジタルサービスの利用を時系列で観測。3回目の観測がとらえたメディアの新常態～

- 生活のデジタルサービス(リモートワークやキャッシュレス決済)は全年代に一気に拡大
- 高齢層に広がる多様なスマホ行動。デジタルサービスの便利さと楽しさを享受
- 若年層の過半数がコロナ禍による「メディア意識」の変化を実感

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:島野真)は、コロナ禍における生活者のメディアライフの変化とデジタルサービスの浸透状況を観測する「メディアニューノーマル調査」を実施しました。調査結果からはメディアや生活のデジタルサービスによって生活者が便利さと楽しさを享受している様子が確認されました。

●生活のデジタルサービス(リモートワークやキャッシュレス決済)は全年代に一気に拡大

生活関連のデジタルサービスの利用状況を見ると、男性50代の4割(41.0%)がリモートワークを利用。オンラインでコミュニケーションを楽しみながらの飲食は女性20代の約4割(36.0%)が経験するなど幅広い年代がデジタルサービスを利用しており、コロナ禍でデジタル化が加速したことが見えてくる。ネットショッピング(全体51.3%、男性46.9%、女性55.7%)、セルフレジ(全体28.4%、男性24.4%、女性32.4%)、キャッシュレス決済(全体52.1%、男性49.5%、女性54.7%)など買物関連サービスは女性の利用が高い傾向にある。女性60代の半数程度がネットショッピング(47.0%)やキャッシュレス決済(50.0%)を利用するなど若年層から高齢層まで全年代に一気に拡大したことがわかった。

●高齢層に広がる多様なスマホ行動。デジタルサービスの便利さと楽しさを享受

若年層が牽引してきたスマホ行動が高齢層に広がっている。60代の約7割(68.5%)がスマホでニュースサイトやアプリを利用しており、過半数(51.5%)が無料動画を、約3割(27.5%)がテレビ番組をスマホで視聴している。スマホでゲームを楽しむ60代は2割以上(22.5%)。6割近く(56.5%)がスマホでSNSを利用しており、高齢層のスマホ行動が多様化していることがわかる。デバイスを問わずにSNSの利用状況を見ると、60代の6割以上(64.5%)がなんらかのSNSを利用している。約4割(38.0%)が2つ以上のサービスを使っており、デジタルサービスの便利さや楽しさを享受している様子が伺える。

●若年層の過半数がコロナ禍による「メディア意識」の変化を実感

10代の過半数(52.5%)がコロナ禍によってメディア接触が変わったと感じており、メディアに対する意識の変化は若年層に顕著である。性別では男性より女性に高い傾向が見られる。女性10代の過半数(全体39.4%、女性10代54.0%)がコロナ禍によって「メディアの重要性」をあらためて感じており、約8割が「メディアの伝えることの信頼性」がとても気になる(全体60.2%、女性10代76.0%)と答えている。

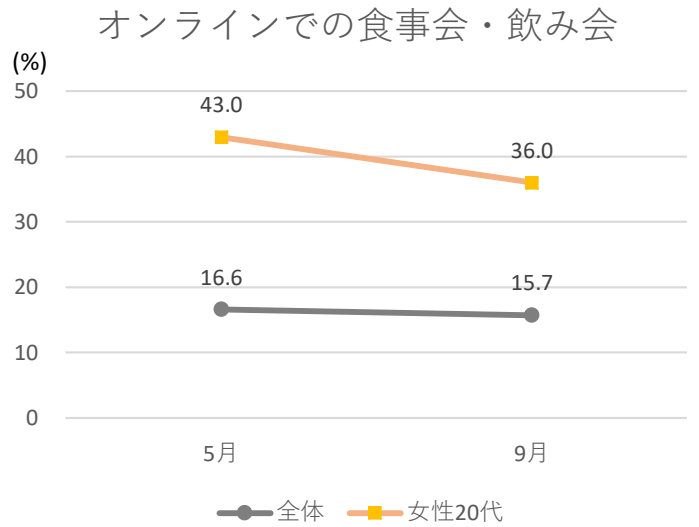
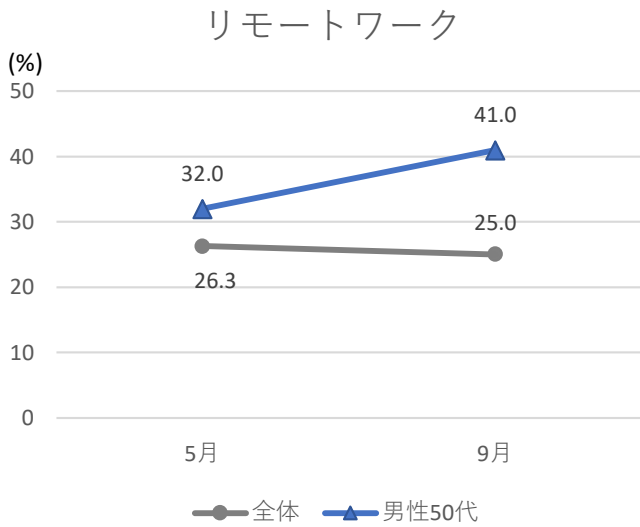
■ 調査設計 ■

調査地区:	東京都
調査方法:	インターネット調査(アンケートモニターから抽出)
調査対象者:	15～69歳の男女
標本構成:	1,200サンプル 2019年住民基本台帳に基づき性年代でウエイトバックを実施
調査期間:	2020年9月25日～30日

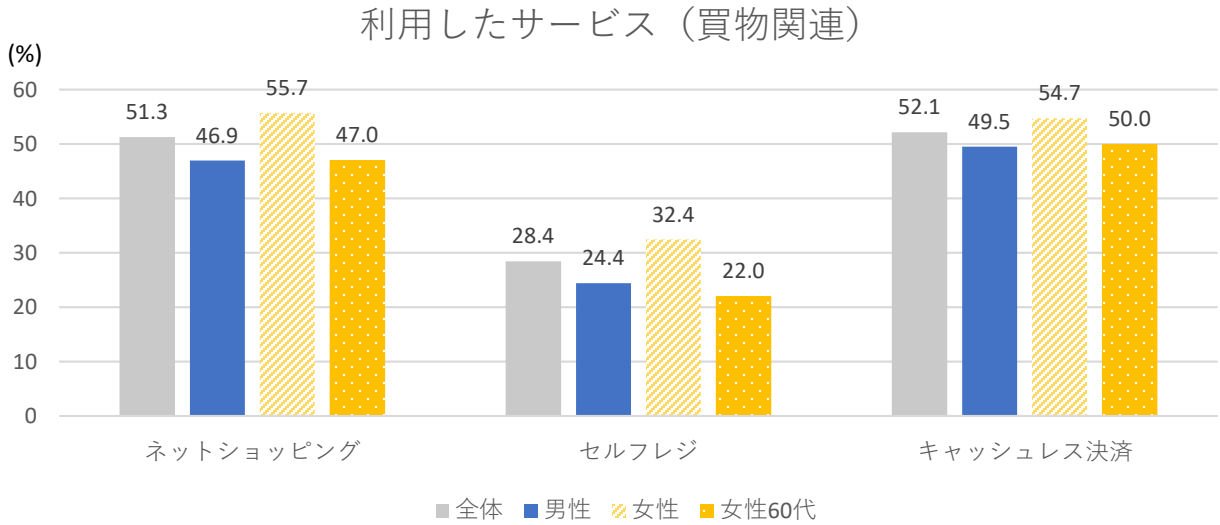
■ お問い合わせ先 ■

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報室	山崎 山崎 mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp
メディア環境研究所	新美 小林 info@mekanken.com

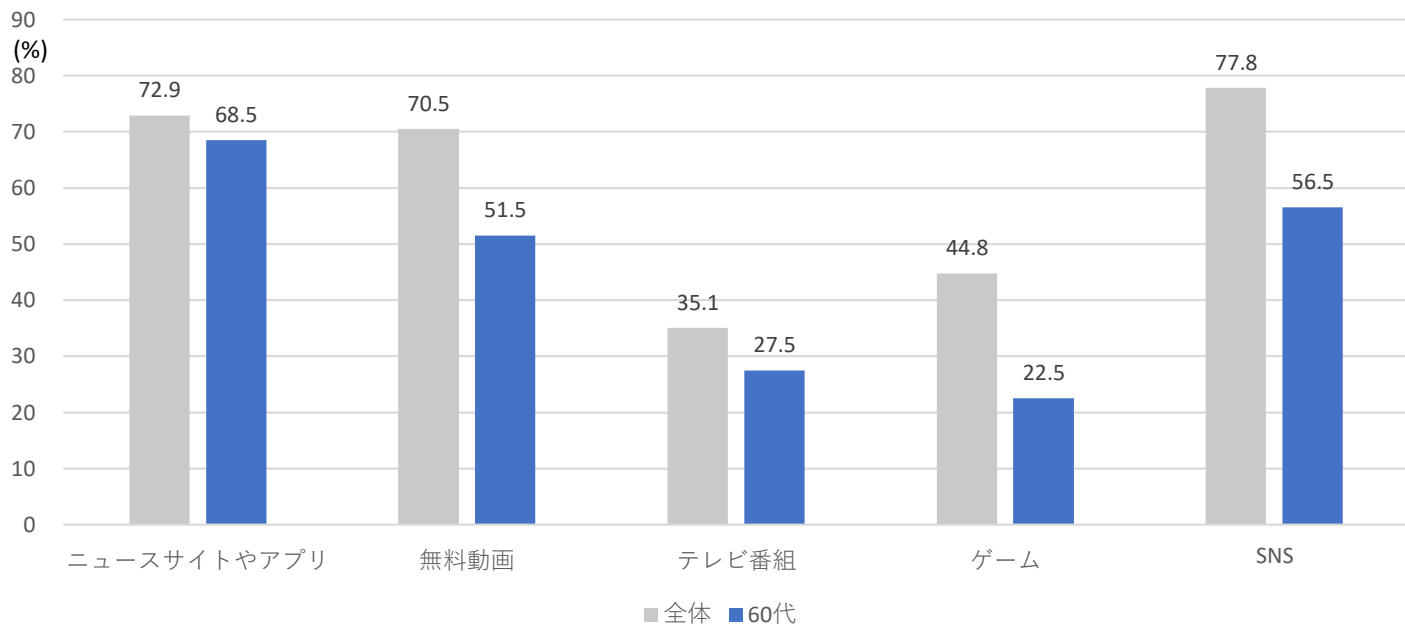
○ コロナ禍で利用したサービス(生活関連) (5月・9月調査)



○ コロナ禍で利用したサービス(買物関連) (9月調査)

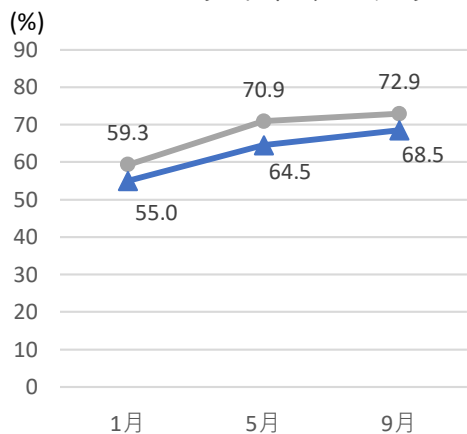


○ スマホでのメディア行動（9月調査）

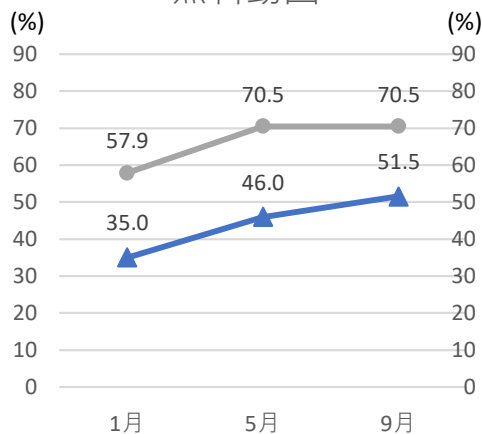


○ スマホでのメディア行動（1月・5月・9月調査）

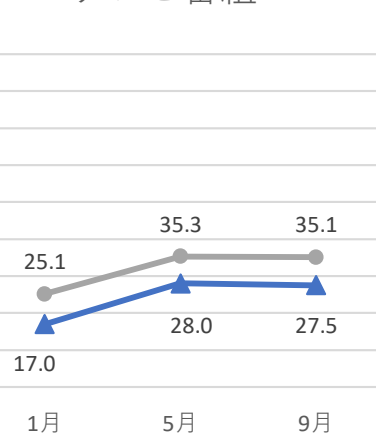
ニュースサイトやアプリ



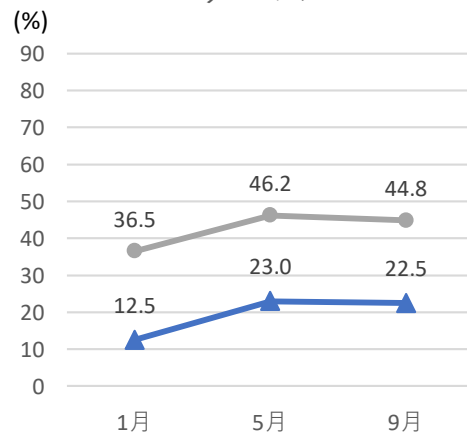
無料動画



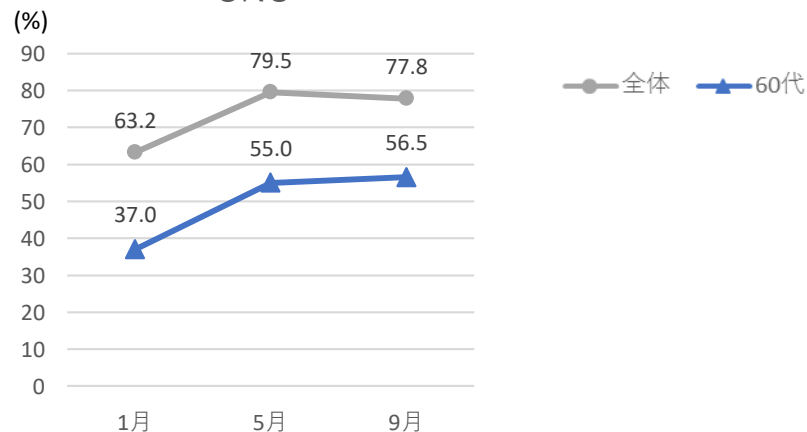
テレビ番組



ゲーム



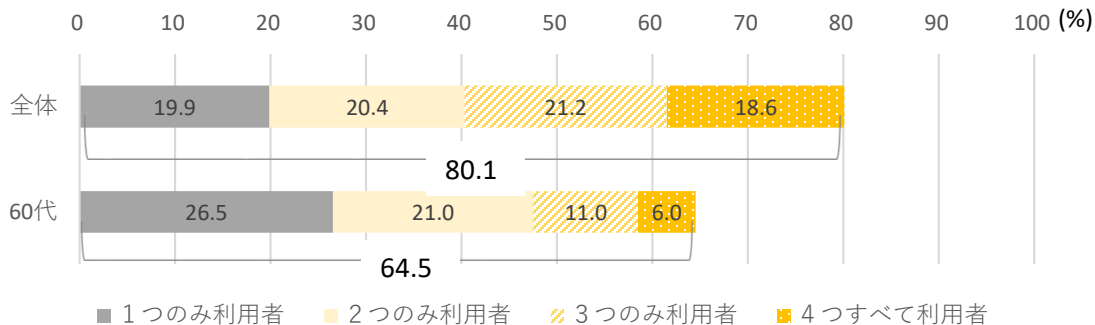
SNS



○ SNSの利用状況（9月調査）

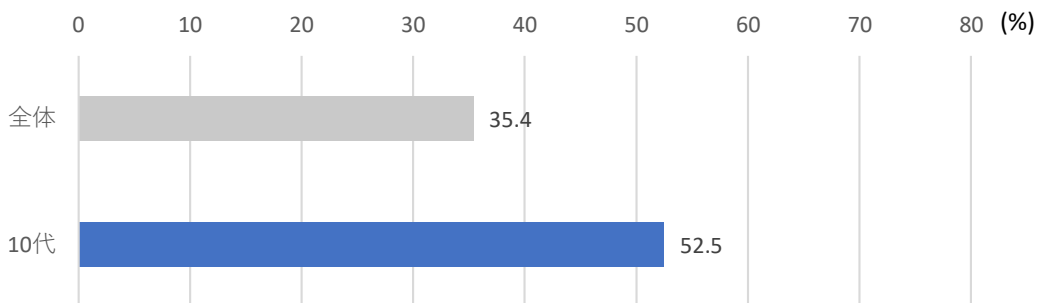
SNS（Facebook、Twitter、LINE、Instagramなど）

利用状況（全数ベース）

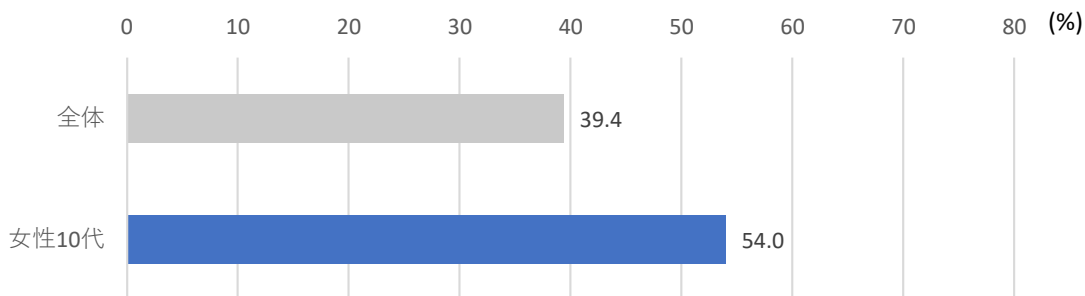


○ コロナ禍でのメディア接触の変化（9月調査）

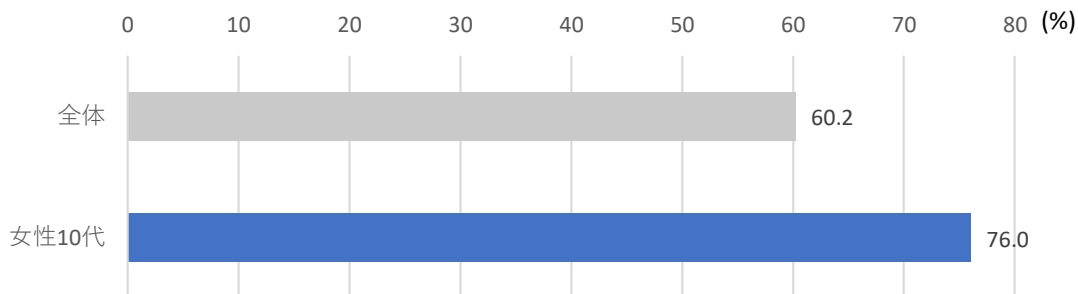
コロナ禍前と比べて、メディアの接触に変化があった



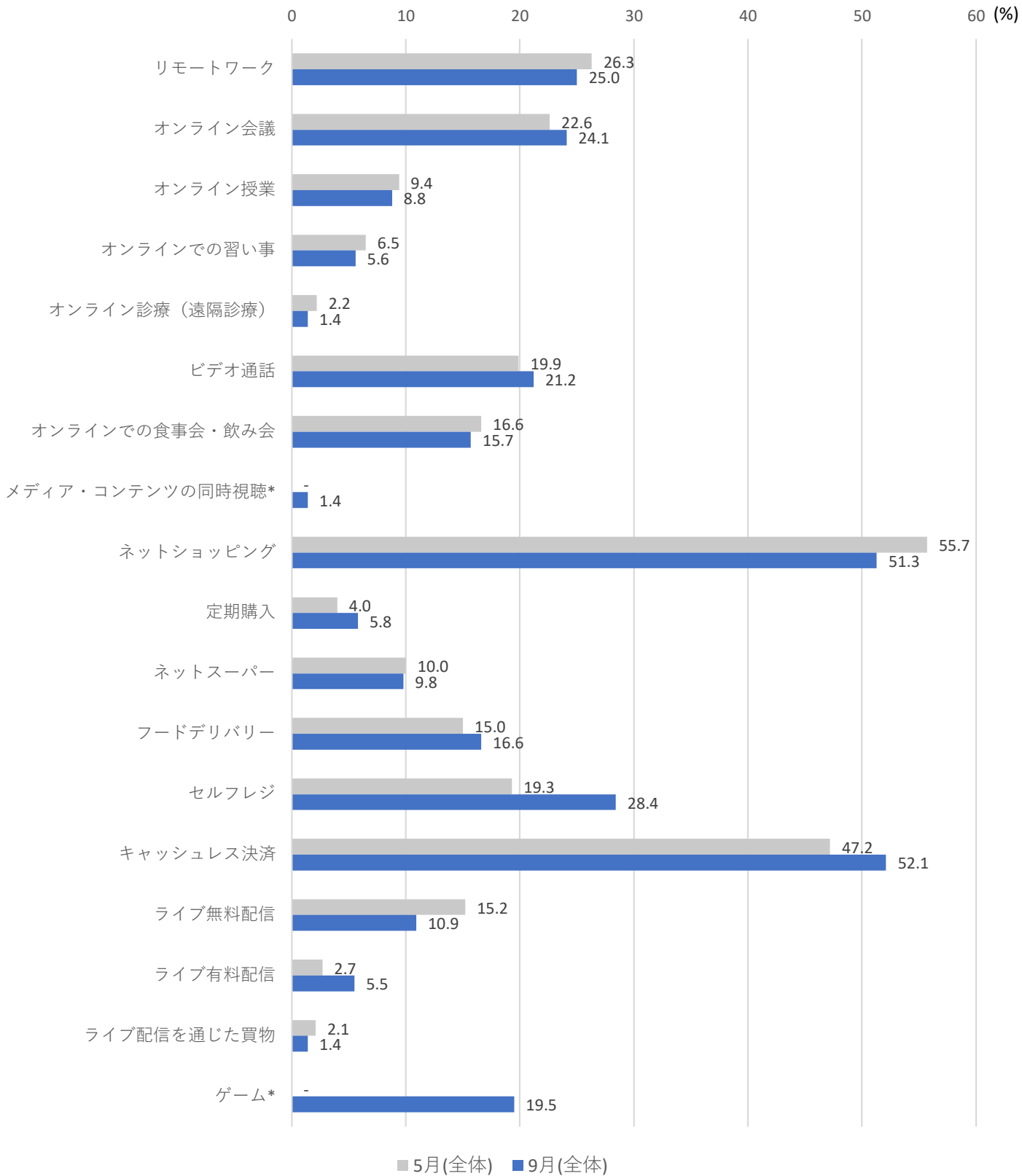
メディアの重要性を改めて感じている



メディアの伝えることの信頼性がとても気になる



○ 《参考》コロナ禍で利用したサービス（5月・9月調査）



* 「メディア・コンテンツの同時視聴」「ゲーム」は5月調査では聴取なし