



MEDIA **NEW NORMAL**

コロナ禍は生活をどう変えたか
メディアはどう変わるか

株式会社 博報堂 D Y メディアパートナーズ

代表取締役社長

矢嶋 弘毅

株式会社 博報堂 D Y メディアパートナーズ
メディア環境研究所 所長

島 野 真

MEDIA NEW NORMAL

コロナ禍は生活をどう変えたか

メディアはどう変わるか

2020/12/09 (水)

Day-1

「オンライン同期」が
メディアコンテンツを
強くする

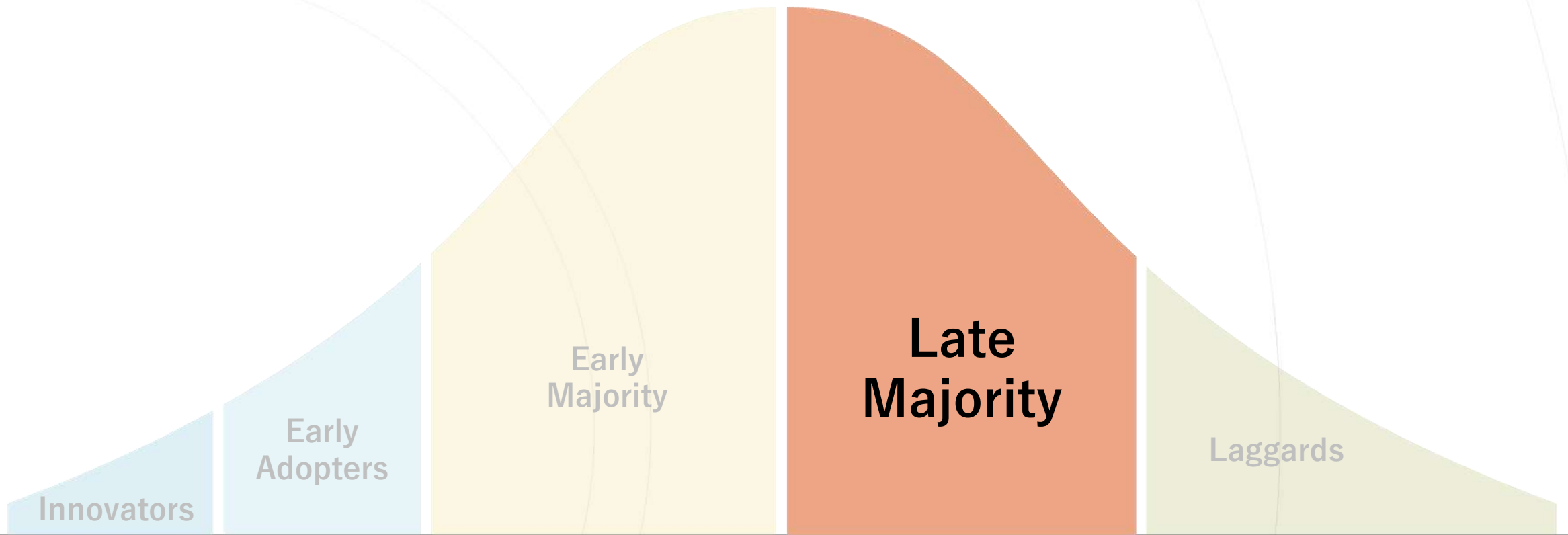
2020/12/10 (木)

Day-2

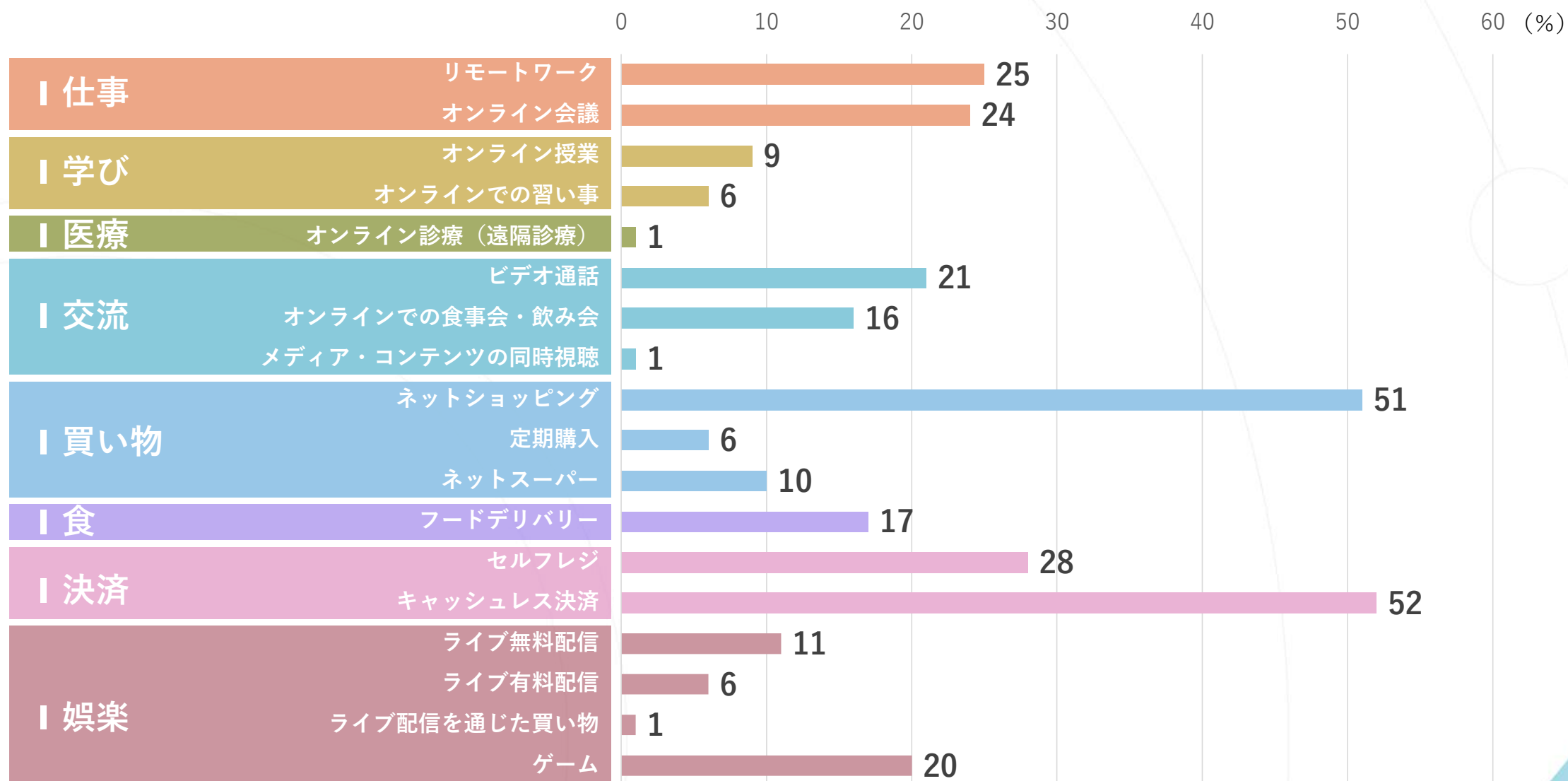
「地域アクション」で
メディアと生活者の
絆をつくる

7月のウェビナーでの提言

生活を変えていこうという、大きなうねりの中で
“レイトマジョリティ”の変化を掴むことが
メディア・ブランド双方にとって重要なのでは



コロナ禍で利用したサービス(2020年9月末時点)



各世代を通じて進む生活のデジタル化

コロナ禍で利用したサービス（5月から9月の変化）

リモートワーク



41%
(5月32%)

キャッシュレス
決済



50%
(5月39%)

オンライン会議



41%
(5月27%)

ネットスーパー



25%
(5月11%)

セルフレジ



34%
(5月21%)

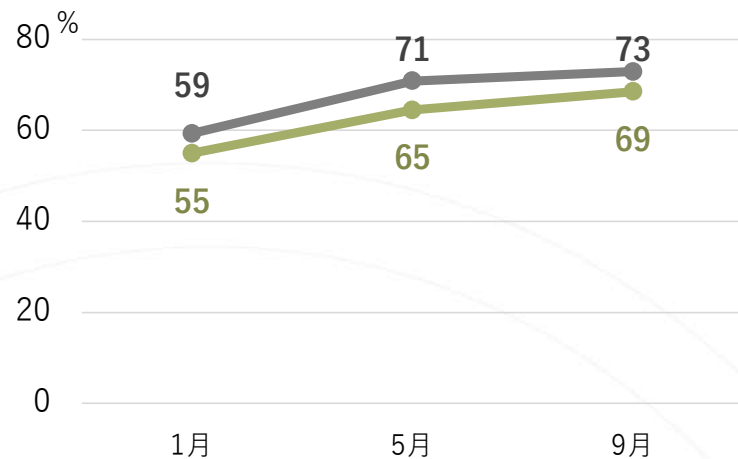
有料配信
ライブ



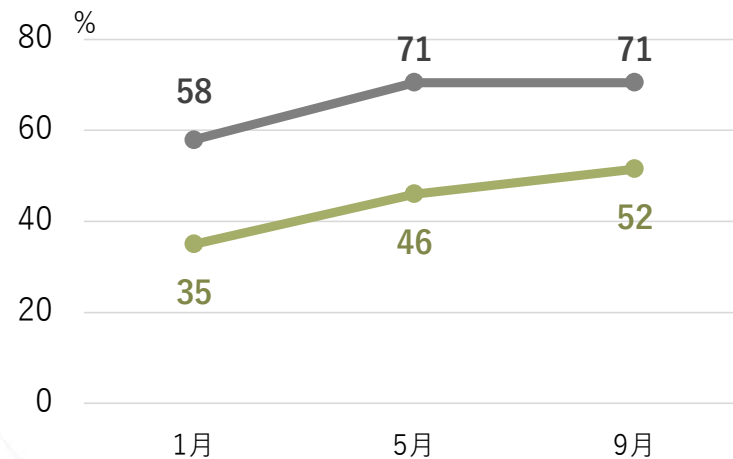
15%
(5月3%)

60代でも、スマートフォンでのメディア行動が定着(2020年1月→5月→9月)

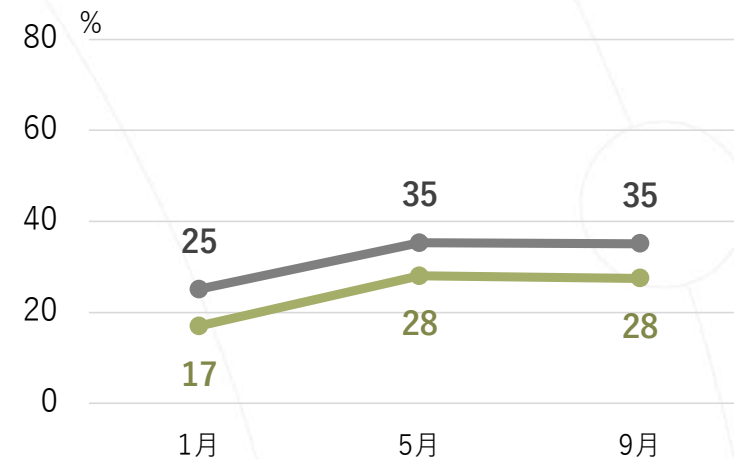
ニュースのサイトやアプリ



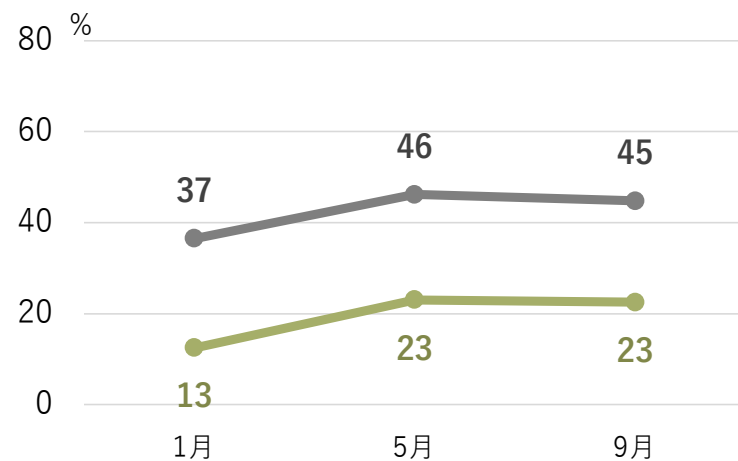
無料動画 (Youtubeなど)



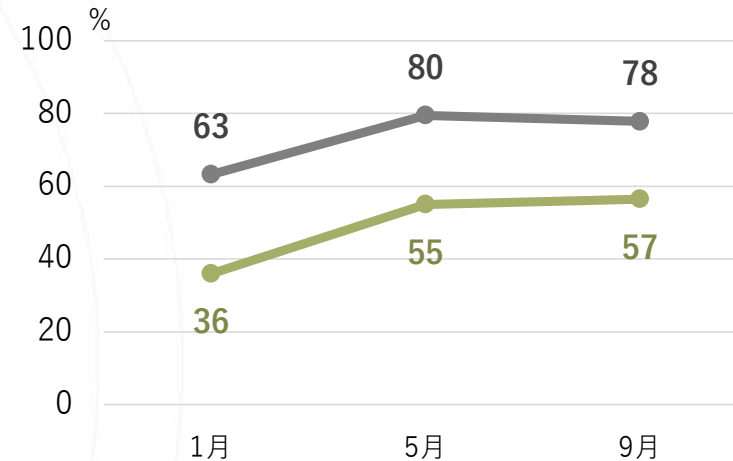
テレビ番組 (Tverなど)



ゲーム



SNS



● 全体
● 60代

若年齢層では、メディアやコミュニケーションに対する意識や行動に変化の兆し

10代のメディア意識(2020年9月末時点)

コロナ禍前と比べて、
メディア接触に
変化があった

53%
(全体35%)

新型コロナの危機を経験して、
メディアの重要性を
あらためて感じている

48%
(全体39%)

新型コロナの危機の中で、
メディアの伝えることの
信頼性がとても気になる

66%
(全体60%)

友達と一緒にオンラインで
テレビを見るようになった



リアルタイムで複数人が同時視聴する
ライブ配信に参加するようになった。



ゲーム内コミュニケーションが増えた



もう、スマートフォンが
マンネリ化した



というコメントも

高年齢層の行動は変わった
若年齢層の意識も変わった

今、生活者は何を求めているのか？
メディアや情報の送り手のチャンスは？

登壇者紹介



森永 真弓

メディア環境研究所
上席研究員



野田 絵美

メディア環境研究所
上席研究員



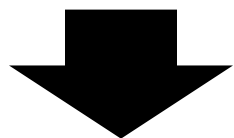
小林 舞花

メディア環境研究所
上席研究員

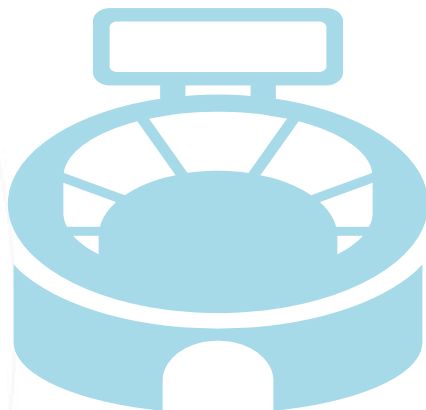
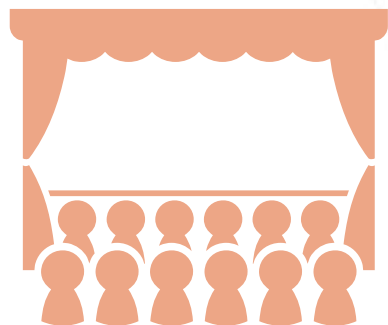
Day1-keynote

「オンライン同期」が メディアコンテンツを強くする

新型コロナ感染拡大のため
三密回避が求められるように



魅力に「密」が含まれるものが
存分に楽しめなくなってしまった



ここで質問です。

緊急事態宣言解除後から今までの
ご自分の「気分」にあっているものは？
(複数回答OK)

世の中の気分は「不安」と「退屈」

Q.緊急事態宣言解除後（2020年6月頃～今）の
あなたの気分に合っていると思うもの

1位 不安 47.5%

2位 退屈 31.8%

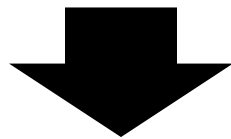
3位 楽しい 24.5%

出典「コロナ禍の生活気分に関する調査2020」（メディア環境研究所）

- ・インターネット調査 ・全国15～69才 550名
- ・2020年10月実施

< 仮説 >

「密」を回避しながら不安と退屈を解消し
楽しさを求め、自ら生み出している生活者が
オンライン上に出現しているのではないか？



オンラインコミュニケーションを
元々得意とするユーザーから兆しを掴む

米国・中国 オンラインユーザーインタビュー調査

インタビュー対象者のご紹介
(セミナー当日限定公開となります)

ライブコマース、ゲーム実況、WatchParty、3D空間ライブ
などを楽しみ尽くしている10-30代男女、計12名
(2020/10-11、オンラインデプスインタビュー)

Case 1

WatchPartyユーザー & オンラインゲーマー

インタビュー対象者
のご紹介

- ・ サンフランシスコ在住
- ・ 20代男性

気心の知れた友人知人とゆるい常時接続状態で
適宜チャットなどでコミュニケーションしつつ
定期的に「擬似お茶の間」状況を作り
「コンテンツを楽しむこと」を楽しんでいる

疑似お茶の間（discord）でのWatchParty

インタビュー映像は当日限定公開となります

Case 2

ゲーム実況配信（闘魚）視聴者

インタビュー対象者
のご紹介

- ・ 上海在住
- ・ 30代男性

自身もオンラインゲーマーであり、
共感性とインタラクティブ性のより高い
eSports・ゲーム実況配信視聴を追い求めつつ
配信者ファンのコミュニティ管理人も担う。

ゲーム実況生配信（闘魚）の弾幕（枠内字幕） で疑似スポーツバー視聴

インタビュー映像は当日限定公開となります

米国・中国ユーザー調査から見てきたこと

- ・コンテンツを楽しむ「**同時性**」が大切
- ・コンテンツを楽しむ「**態度が相互共有**」できることが大切
- ・コンテンツを楽しむ仲間とは**ゆるくオンライン状態**が維持
- ・コンテンツを楽しむ仲間は、元々**共感性が高い**同士である

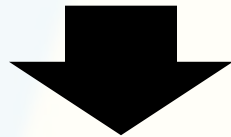
「オンライン同期」

元々共感性が高く、ゆるくオンライン状態が維持

されている仲間同士とのコミュニケーションをより楽しむために

同時性（リアルタイム）と**相互性**（インタラクティブ）を求め

オンライン上でのコンテンツとコミュニケーションの同期行動



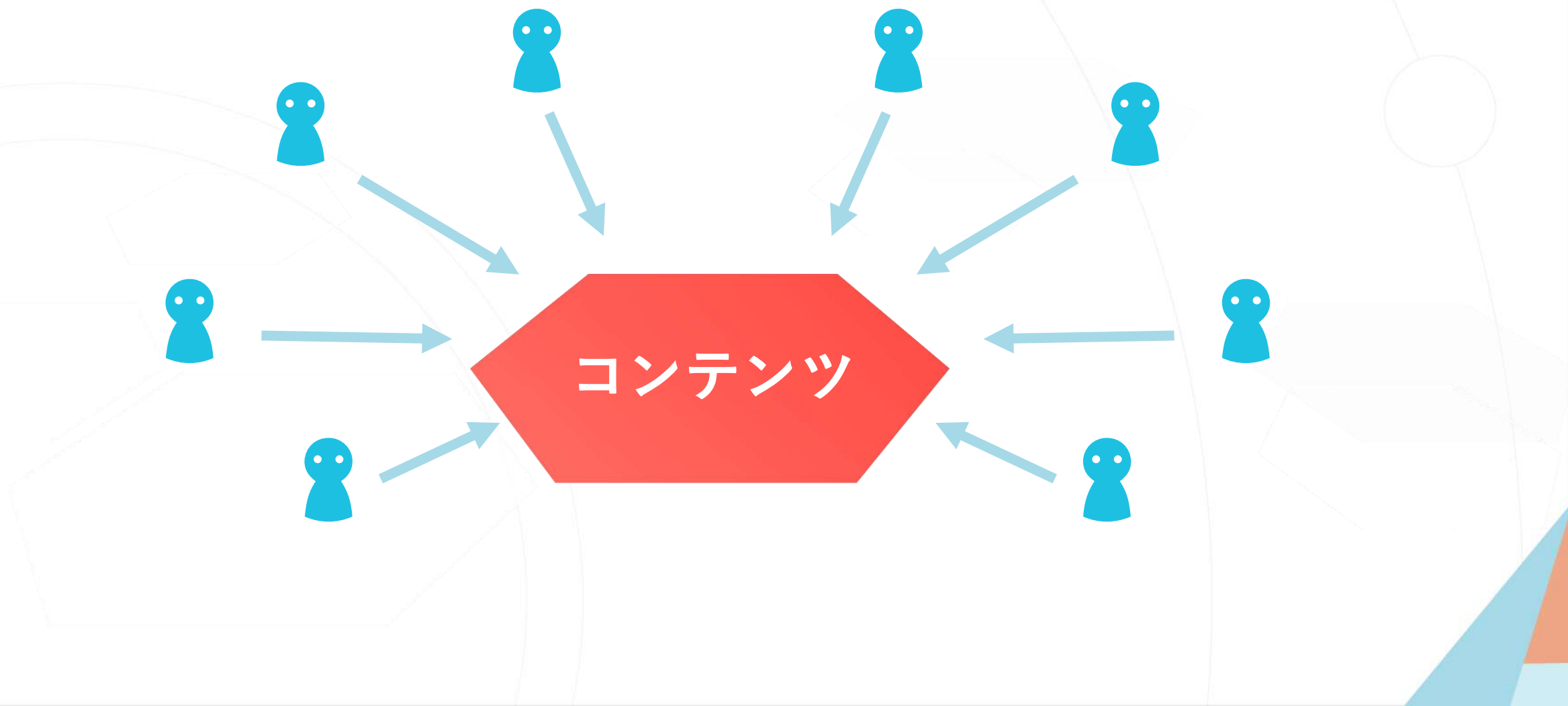
この上なく楽しく、一度知るとやめられない

既存のコンテンツ体験態度



コンテンツ

既存のコンテンツ体験態度



調査から見たコンテンツ体験態度

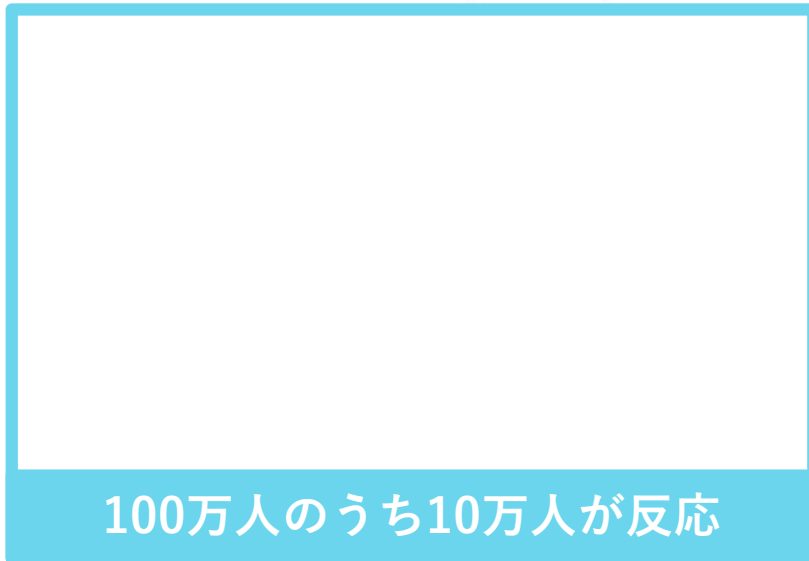


調査から見たコンテンツ体験態度



共感性高い仲間と盛り上げたい

沢山の人が
盛り上がっている
コンテンツ



より

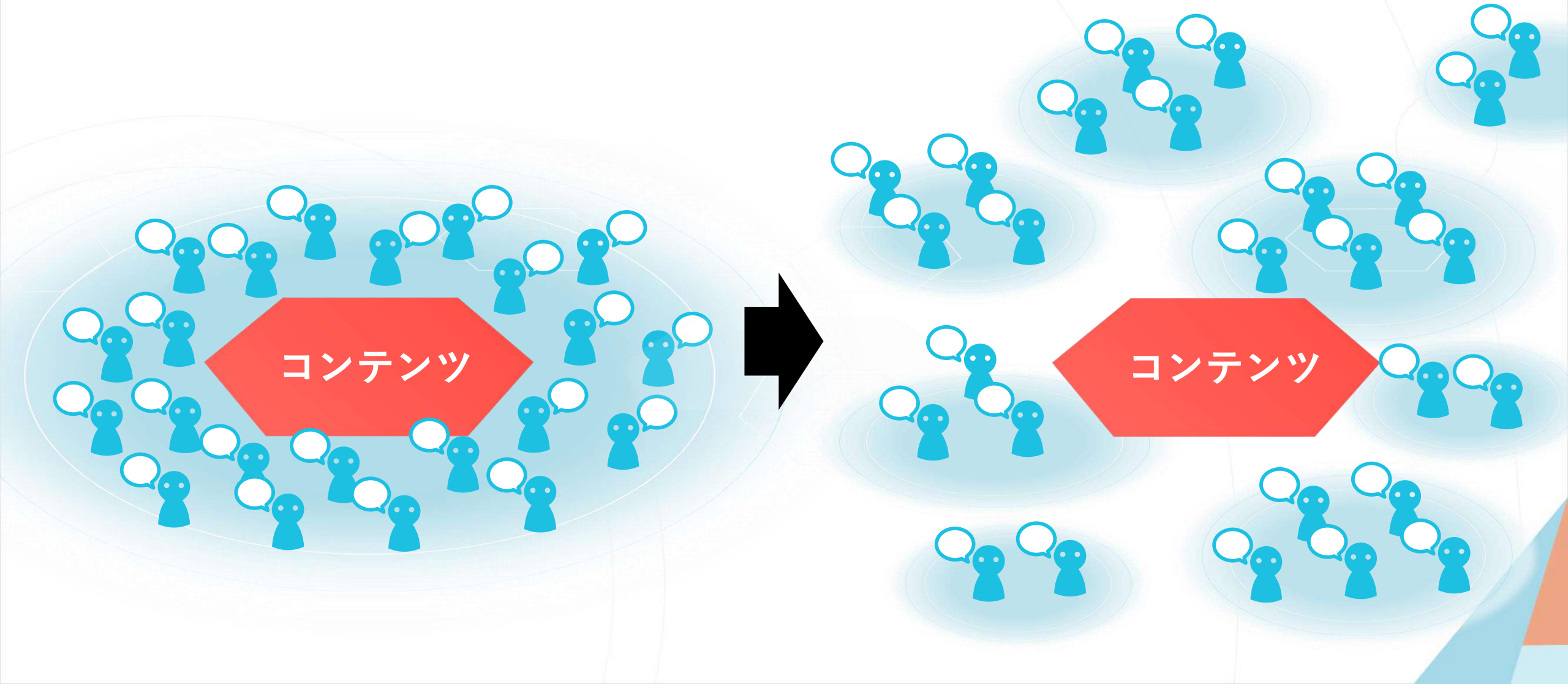


仲間内で
共感率がたかい
コンテンツ



10人だけど共感率90%

大部屋一つではなく、小部屋たくさん



オンライン同期状態で
コミュニケーション×コンテンツを
楽しみ尽くすスタイルは
日本でも、性年代問わずに発生している

日本国内のメディア生活

世の中の気分は「不安」と「退屈」

Q.緊急事態宣言解除後（2020年6月頃～今）の
あなたの気分に合っていると思うもの

1位 不安 47.5%

2位 退屈 31.8%

3位 楽しい 24.5%

出典「コロナ禍の生活気分に関する調査2020」（メディア環境研究所）

- ・インターネット調査 ・全国15～69才 550名
- ・2020年10月実施

世の中の気分は「不安」と「退屈」 ですが「楽しい」も4人に1人

Q.緊急事態宣言解除後（2020年6月頃～今）の
あなたの気分に合っていると思うもの

1位 不安 47.5%

2位 退屈 31.8%

3位 楽しい 24.5%

出典「コロナ禍の生活気分に関する調査2020」（メディア環境研究所）

- ・インターネット調査
- ・全国15～69才 550名
- ・2020年10月実施

世の中の気分は「不安」と「退屈」 ですが「楽しい」も4人に1人

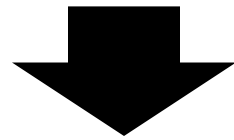
インタビュー対象者のご紹介
(セミナー当日限定公開となります)

メディア生活インタビュー調査 2020

コロナ禍においてもオンラインを活用して
生活を楽しんでいる人に、幅広くその工夫を聴取

- 全国の15才～69才
- 現在の気分「楽しい・やや」
- グループインタビュー / デプスインタビュー
- 2020年10－11月実施

好きな仲間といたい、人恋しい



幅広い年代で
コンテンツを核にした
「オンライン同期」

Mさん 25才 千葉県

友人たちと気軽にできるオンライン飲み会。
しかし、回を重ねるごとに話題がなくなった…。

インタビュー画像は当日限定公開となります

「ドラマを見ながらオンライン飲み会」

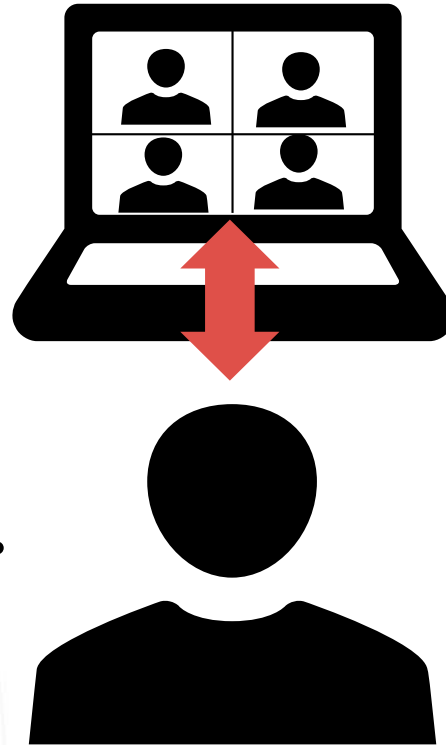
Mさん 25才 千葉県

たまたまテレビで同じドラマを見ながら飲み会していた。
みんなで、盛り上がるシーンで「こうだね~」と共感する。
一人でドラマ見るより和気あいあい話しながらのほうが、
時間を有効に使えている感じ。

インタビュー画像は当日限定公開となります

オンラインコミュニケーションの限界

話す間の取り方が違和感。
つい、ぎこちなくなる



沈黙が怖い・・・

回を重ねるたび、
だんだん話題がなくなる

コンテンツを核にした 「オンライン同期」をつくる仕掛け

同時共有の
コンテンツ

コンテンツを核にした 「オンライン同期」をつくる仕掛け

小部屋で共有するコンテンツで
気持ちをシンクロさせる



コンテンツを核にした 「オンライン同期」をつくる仕掛け

コンテンツを囲む音声や気配で
場の熱狂と一体感を生む



コンテンツを核にした 「オンライン同期」をつくる仕掛け



小学生 9才 神奈川県

- ・ 休校で幼馴染にも会えなくなってしまった
- ・ 親のZoom飲みを見ていて新しい遊びを発見

インタビュー画像は当日限定公開となります

「あつまれ！ どうぶつの森」 で鬼ごっこ

小学生 9才 神奈川県

友達の島に
アバターで集合

Zoomでおしゃべり
したりじゃんけん

インタビュー映像は当日限定公開となります

コンテンツを核にした「オンライン同期」

「あつまれ！どうぶつの森」
の島という小部屋に集う

Zoomで会話や歓声を
同期させる



Fさん 54才 大阪府

- ・ コロナ禍で自宅内の無線LAN環境を整えた
- ・ オンラインゲームを始めたらはまった

インタビュー画像は当日限定公開となります

「オンラインに常駐し、仲間と雑談」

Fさん 54才 大阪府

インタビュー映像は当日限定公開となります

「オンラインに常駐し、仲間と雑談」

Fさん 54才 大阪府

オンラインゲームでできた仲間で小部屋（Discord）に集い雑談
次第に常駐し、出入り自由に。



Mさん 62才 大阪府

- ・ 毎月会っていた47年来の友人に会えなくて寂しい
- ・ 直接会えない寂しさをオンラインで解消

インタビュー画像は当日限定公開となります

「友人とお弁当をそろえてオンライン散歩」

Mさん 62才 大阪府

友人が
Skypeで山歩きを
ライブ配信

インタビュー映像は当日限定公開となります

ステッパー踏みつつ
おしゃべり

コンテンツを核にした「オンライン同期」

仲間で共有するリアルな物の「体感」が、
一緒にいる実感をうむ



「YouTube よりラジオがいい。 リアルタイムで反応がある」

高校生 Kさん 18才 東京都

インタビュー映像は当日限定公開となります

演者とのリアルタイムのやり取りで、
コンテンツをともに作りあげる一体感が絆に。



コンテンツを核にした 「オンライン同期」をつくる仕掛け



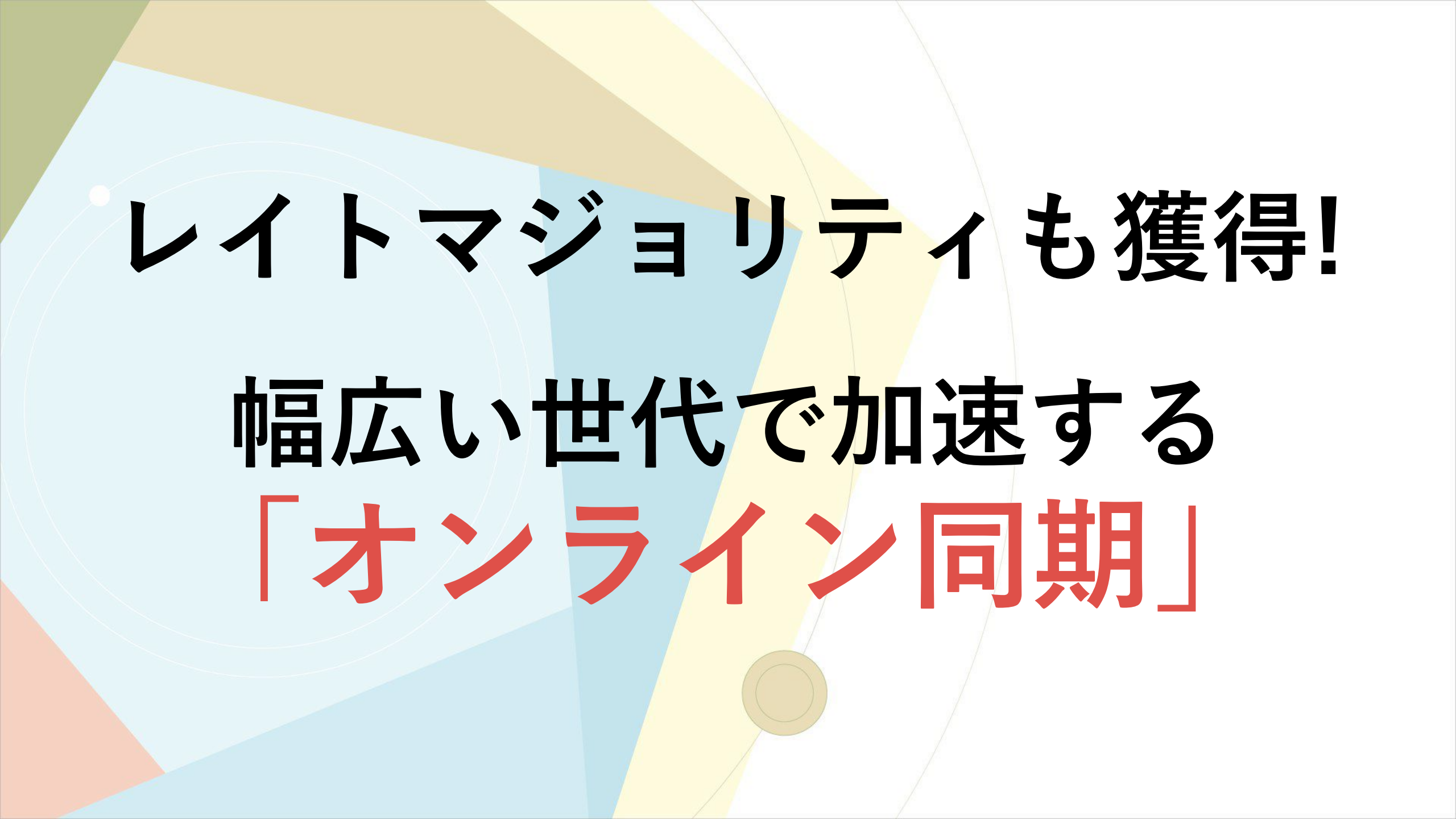
「オンライン同期」を機会に！

先んじてコンテンツと同期する仕組みを作ること、
新しいコミュニティ、生活者との新しいつながりをつくる。



Day1-Talk Session

メディアコンテンツは
「オンライン同期」とどう向き合うか？

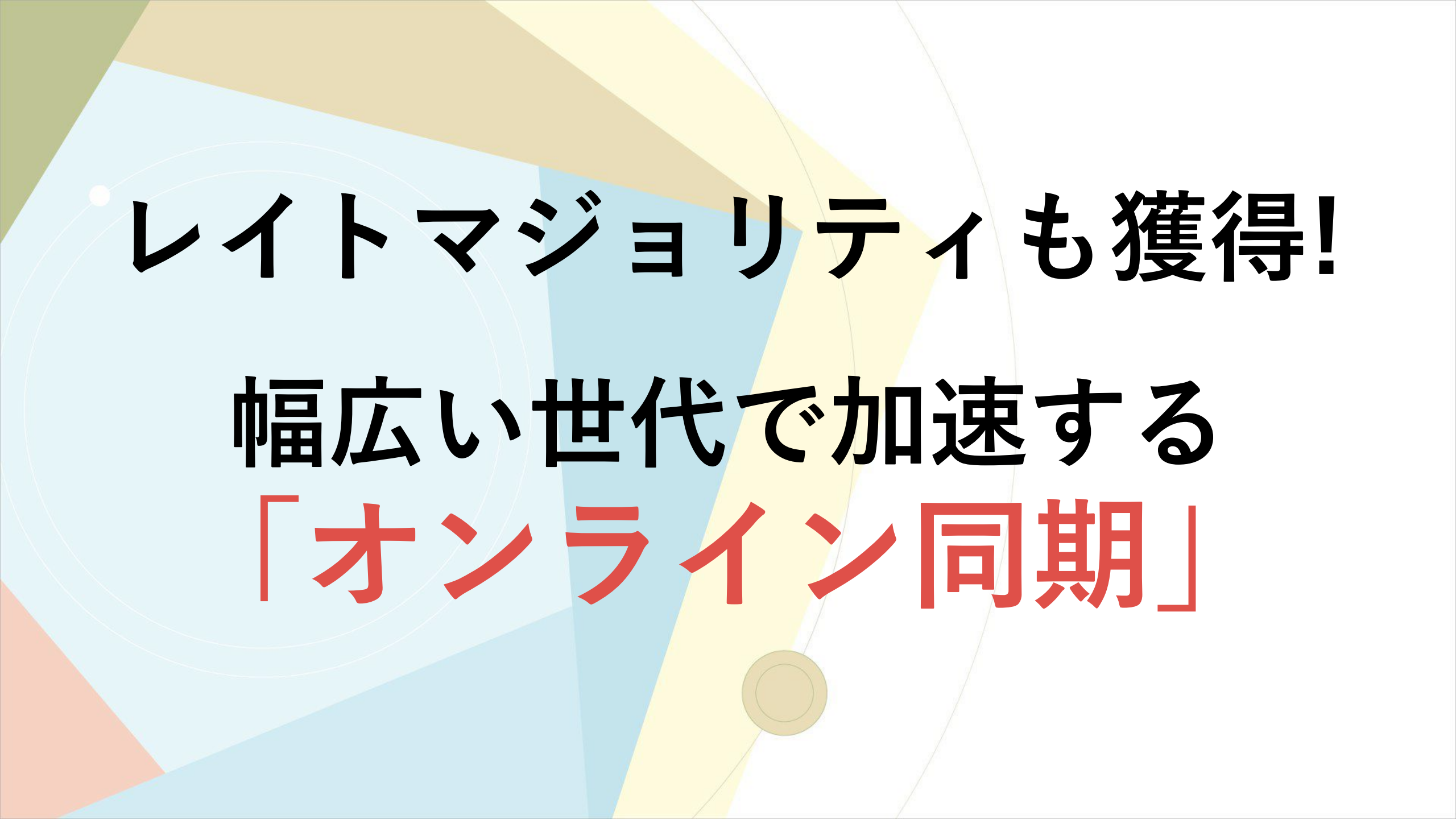


レイトマジョリティも獲得!

幅広い世代で加速する
「オンライン同期」

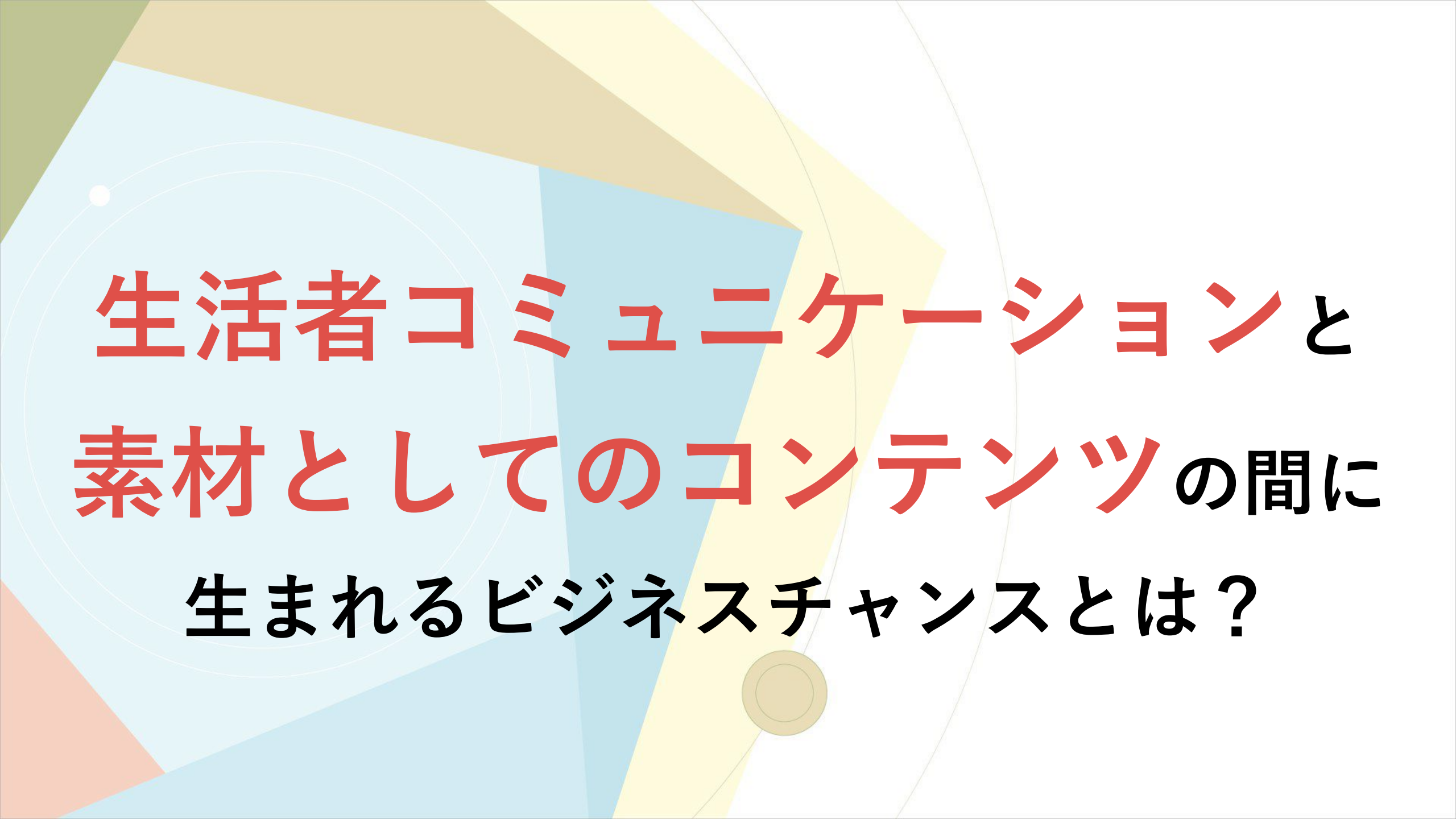
NMB48ファン Tさん 69才 京都府

インタビュー映像は当日限定公開となります



レイトマジョリティも獲得!

幅広い世代で加速する
「オンライン同期」



生活者コミュニケーションと
素材としてのコンテンツの間に
生まれるビジネスチャンスとは？

日本テレビ 金曜ロードSHOW 「4週連続ハリポタ&ファンタビ祭り」で 吹き替え声優によるトーク非公式生配信

画像は当日限定公開



The diagram features a central red hexagon with the text '同時共有の テレビ番組' (Simultaneous shared TV program). Surrounding this are three other red hexagons: '全国地上波放送で同期' (Simultaneous nationwide terrestrial broadcast) at the top, 'ハリポタ好き 且つ 声優好き同士の 小部屋' (Small room for Harry Potter fans and voice actor fans) at the bottom left, and '音声 & コメント & 投げ銭 インタラクティブ' (Voice & comment & donation interactive) at the bottom right. A large blue text '特定声優ファン' (Specific voice actor fan) is positioned across the bottom. The background is light blue with faint geometric shapes and icons of people with speech bubbles.

全国地上波放送
で同期

同時共有の
テレビ番組

ハリポタ好き
且つ
声優好き同士の
小部屋

特定声優ファン

音声 &
コメント & 投げ銭
インタラクティブ

VTuberへ投げ銭 Nさん 50才 神奈川県

インタビュー映像は当日限定公開となります

生配信で
同期

投げ銭

同時共有の
VTuber

ファンたちの
小部屋

配信者ファン

音声 &
コメント & 投げ銭
インタラクティブ

陸上ファンコミュニティ × 文化放送有料イベント

画像は当日限定公開

生配信

有料イベント
(会場)

同時共有の

陸上トーク

陸上
見る専ファン

音声 &
TWエゴサで
インタラクティブ

「陸上見る専」
ファンたちの
小部屋



ジャニーズファン Mさん 26才 千葉県

インタビュー画像は当日限定公開となります

有料生配信

事前送付
グッズ物販

同時共有の
アイドル
ライブ

アイドル好き
家族

リアル
お茶の間

(巻き込んだ)
家族の歓声

フジテレビ×あうたび共同企画 オンライン旅行ツアー

画像は当日限定公開

有料生配信

The diagram features a central red hexagon with the text '同時共有の ローマ 生産者や生活者' and '海外旅行好き' below it. Surrounding this central hexagon are four yellow hexagons, each containing text: '有料生配信' (top), '事前送付物販' (right), '音声・気配の同期' (bottom right), and 'ツアー参加者 限定小部屋' (bottom left). To the left of the central hexagon, there are three blue stylized human figures with speech bubbles, suggesting a community or discussion. The background is light blue with faint geometric shapes and lines.

事前
送付物販

同時共有の
ローマ

生産者や生活者

海外旅行好き

音声・気配
の同期

ツアー参加者
限定小部屋

オンライン授業のマーケットプレイス

画像は当日限定公開

有料生配信

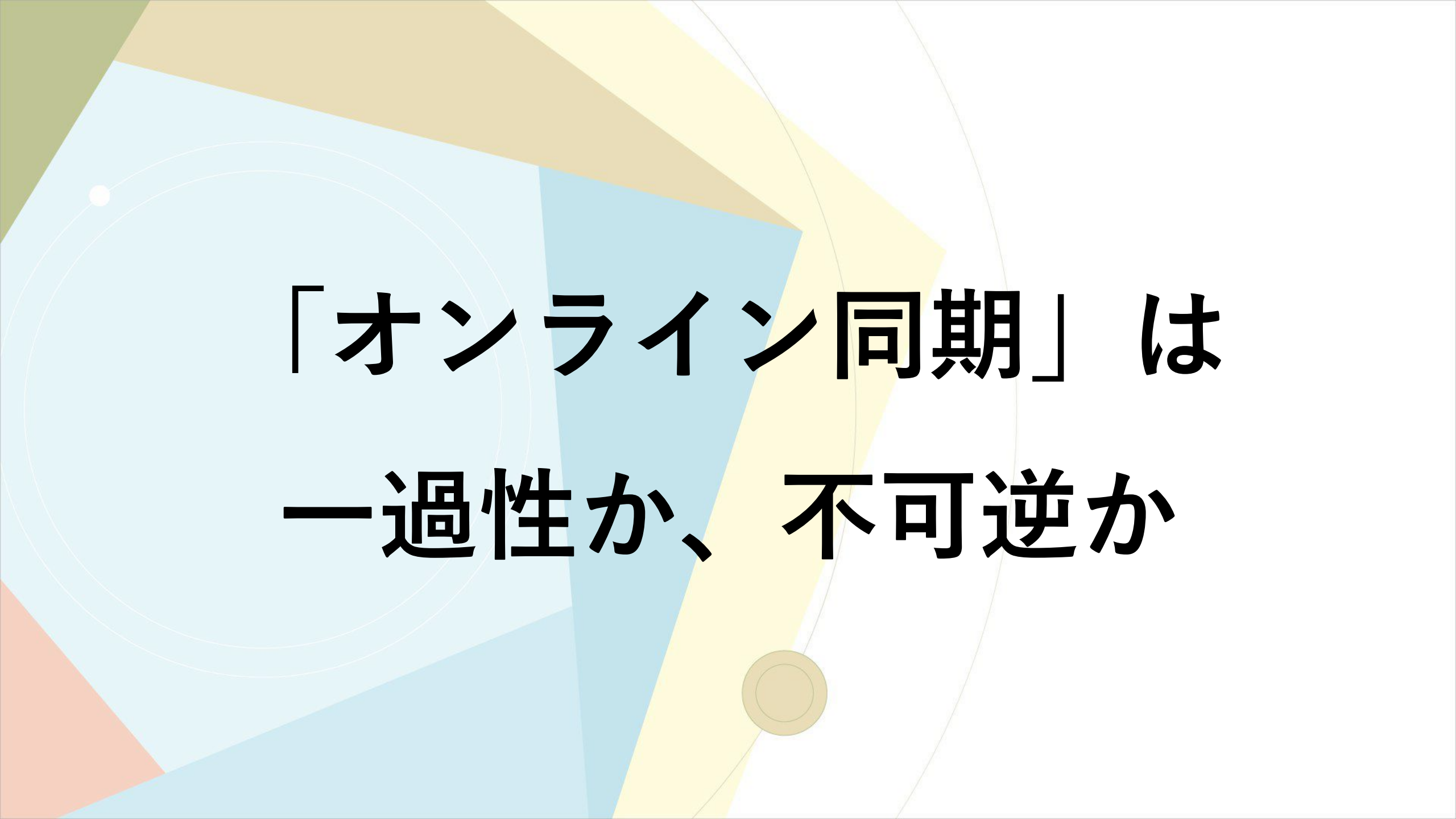
受講料

同時共有の
授業

受講生
限定小部屋

受講生

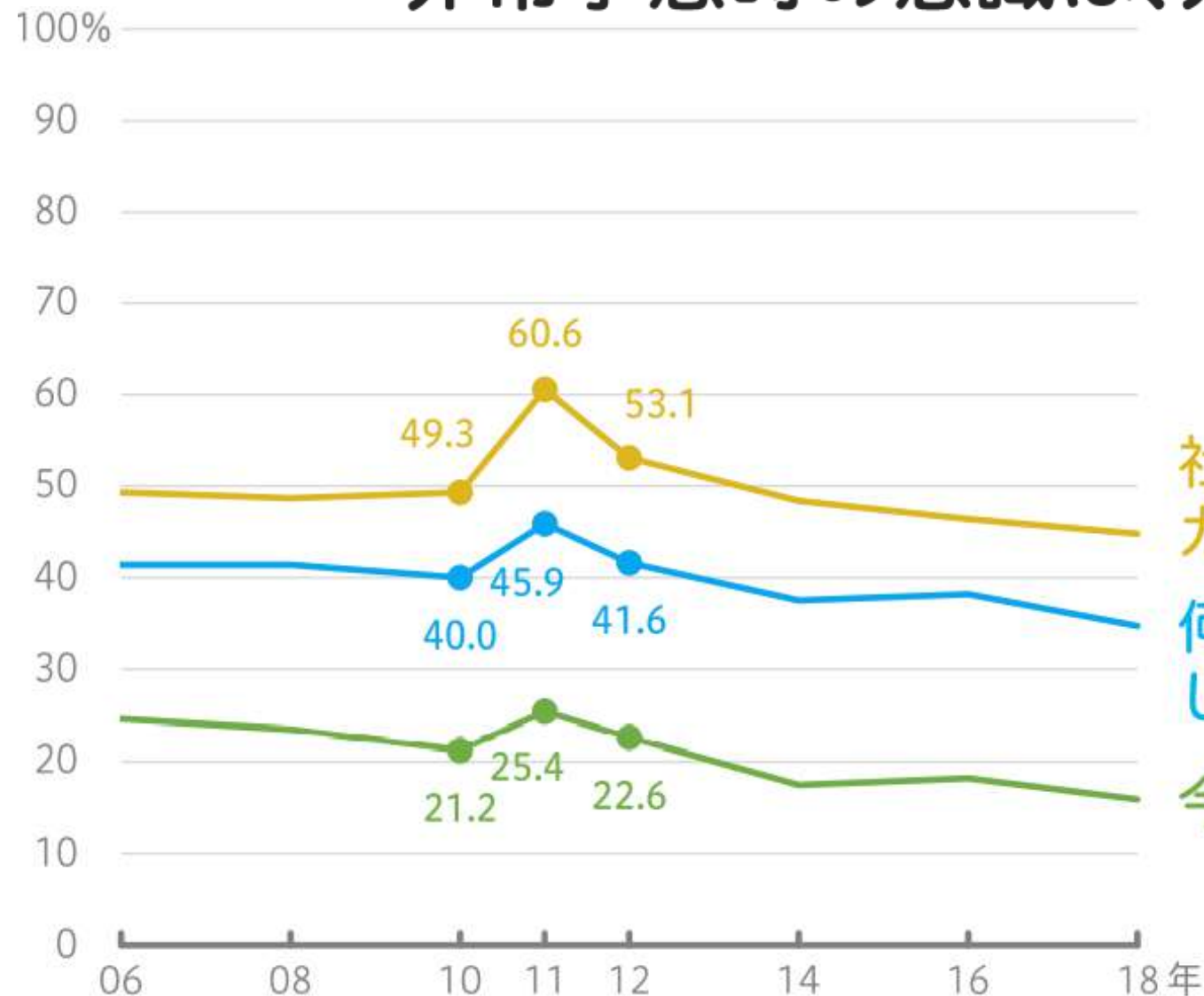
音声 & 気配 &
インタラクティブ



**「オンライン同期」は
一過性か、不可逆か**

[参考] 東日本大震災前後の変化

非常事態時の意識は、元に戻りやすい



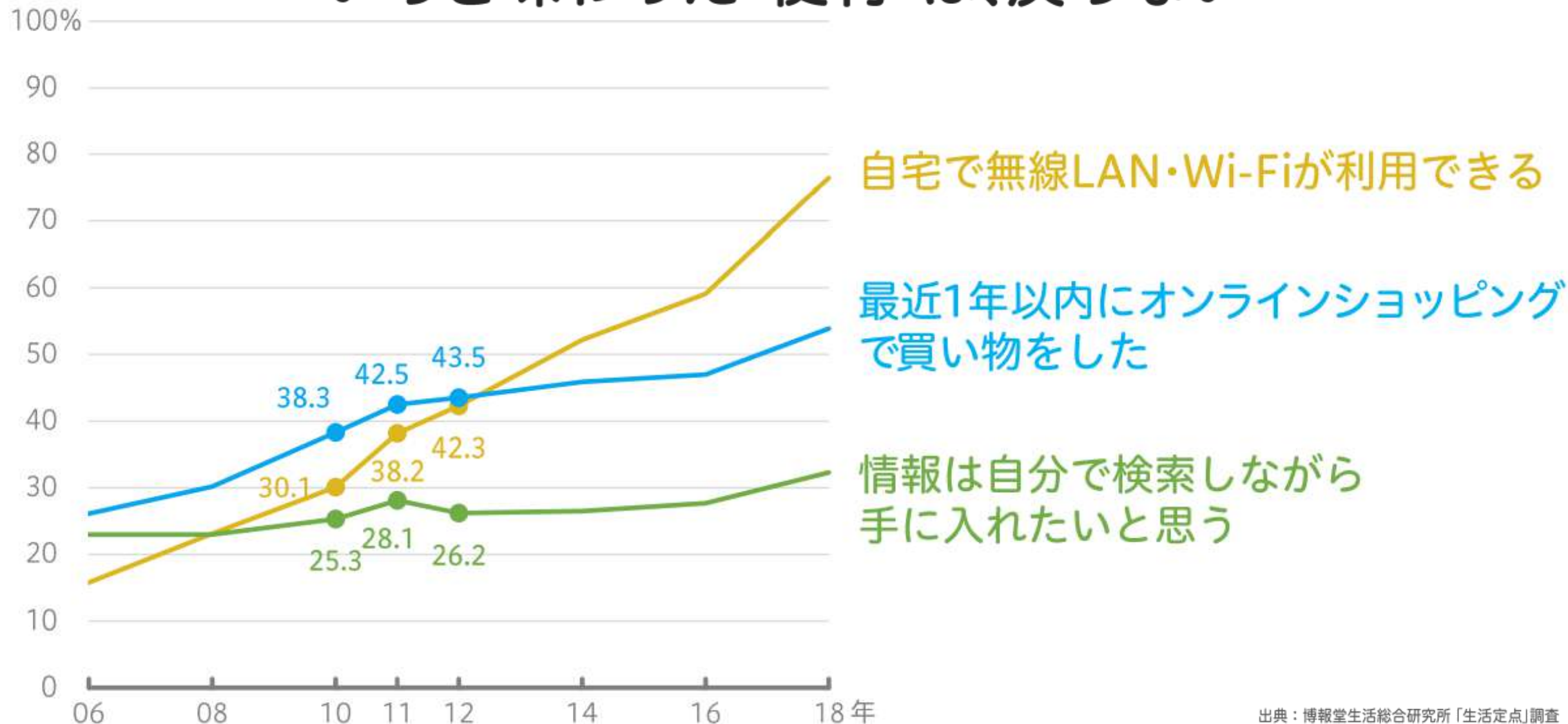
社会全体のためには不便なことも
ガマンできると思う

何か社会のために役立つことを
したいと思う

今後、ボランティア活動をしてみたい

[参考] 東日本大震災前後の変化

いちど味わった“便利”は、戻らない



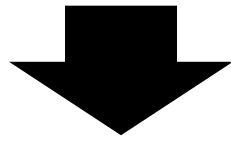
男子高校生のゆるいオンライン状態

インタビュー映像は当日限定公開となります



「オンライン同期」から見える その先の未来

生活者は、より楽しむために
独自に環境を組み上げていく



いかにチャンスに変えていくか？

有料生配信

特別課金部屋

アイテム課金

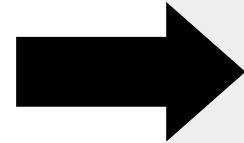
同時共有の
コンテンツ

無料で楽しめる
広告つきコンテンツ
小部屋

音声・気配も
同期できる機能

1918年

スペイン風邪



1920年代

黄金の20年代

自動車、映画、ラジオなど
新技術が大衆に

2020年

新型コロナ禍



これから

??????



MEDIA **NEW NORMAL**

コロナ禍は生活をどう変えたか
メディアはどう変わるか

■データ利用時のガイドライン

本発表資料のデータ等を引用する際は必ず、レポートから抜粋・加工の上、出典として

博報堂D Yメディアパートナーズ メディア環境研究所ウェビナー2020 「MEDIA NEW NORMAL~コロナ禍は生活をどう変えたか、メディアはどう変わるか~『オンライン同期』がメディアコンテンツを強くする」

と明記してください。

ご清聴ありがとうございました。