



～博報堂DYメディアパートナーズ「メディア定点調査2022」時系列分析より～

- メディア総接触時間は445.5分。「携帯電話／スマートフォン」が「テレビ」を上回り、首位に
- テレビ受像機のインターネット接続率は51.4%と初めて過半数に達する
- オンラインによるつながりばなしのコミュニケーションやコンテンツ同時視聴は、若年層で3割前後

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、生活者のメディア接触の現状を捉える「メディア定点調査」を2006年から毎年1月末～2月頭にかけて実施しています。メディア接触時間や生活者のメディア意識など時系列分析から見えてきたメディア環境の変化をご報告します。

①メディア総接触時間は445.5分。「携帯電話／スマートフォン」が「テレビ」を上回り、首位に

メディア総接触時間は445.5分(1日あたり/週平均)。コロナ禍のメディア環境を捉え過去最高を記録した昨年からは5.4分減少したが、高止まりで推移している。「携帯電話／スマートフォン」(146.9分 昨年から7.7分増)は、今年初めて「テレビ」の接触時間(143.6分 昨年から6.4分減)を上回った。「雑誌」「タブレット端末」は微増。それ以外のメディアは減少した。メディア総接触時間の「携帯電話／スマートフォン」のシェア(33.0%)は「テレビ」のシェア(32.2%)を上回り、全体の1/3に迫る勢い。

②テレビ受像機のインターネット接続率は51.4%と初めて過半数に達する

テレビ受像機のインターネット接続率は昨年から5.6ポイント増加し、51.4%と過半数に達した。コロナ禍で急伸した民放公式テレビポータルTVerの利用率は更に伸長し、32.0%と初めて3割を超えた。一昨年から急速に伸長した定額制動画配信サービスの利用率は47.5%。微増ながら増加傾向は継続している。生活者のテレビ視聴の自由度は高まり、コンテンツの選択肢は飛躍的に増加し、テレビ受像機の活用も益々多様化していくことが予想される。

③オンラインによるつながりばなしのコミュニケーションやコンテンツ同時視聴は、若年層で3割前後

コロナ禍で在宅時間が増えた結果、新たに生まれた長時間のオンラインコミュニケーションや別の場所にいる人とのオンラインによるコンテンツ同時視聴は若年層に顕著に見られる。親しい人と「オンラインでつながりばなしで過ごすことがある」は全体では2割弱(16.2%)だが、10～20代は3割強。別の場所にいる親しい人と「オンラインでコンテンツを同時視聴することがある」は全体では1割だが、20代は約3割である。メディアサービスのデジタル化は進み、オンラインによるつながりばなしのコミュニケーションやコンテンツの同時視聴といった新たなメディア行動の兆しは、若年層に根付き始めている。

■ 調査設計 ■

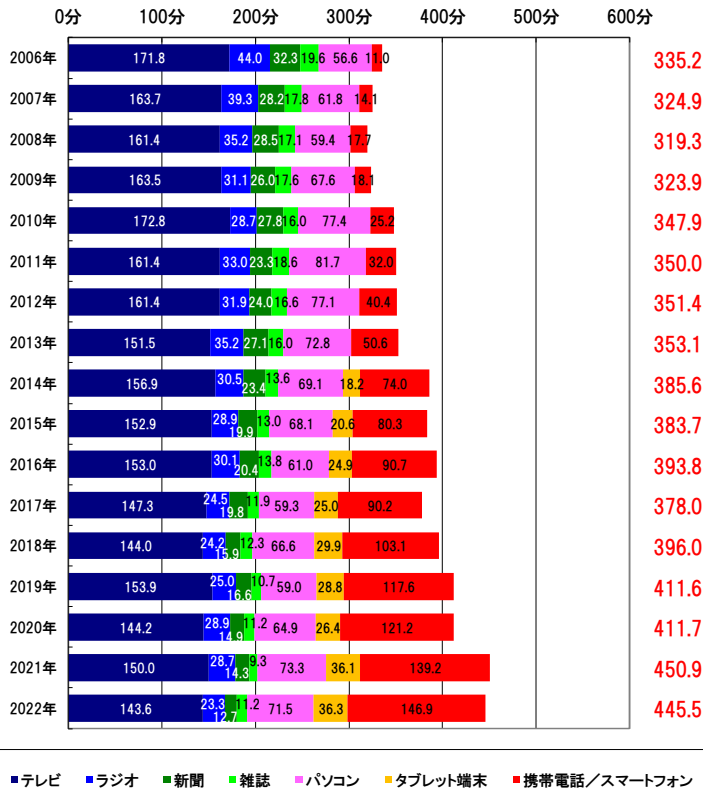
調査地区:	東京都
標本抽出方法:	RDD(Random Digit Dialing)
調査方法:	郵送調査法
調査対象者:	15～69歳の男女
標本構成:	652サンプル
	2021年住民基本台帳に基づき性年代でウエイトバックを実施
調査期間:	2022年1月20日～2月4日

■ 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	03-6441-9347
		mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp
メディア環境研究所 新美・小林		info@mekanken.com

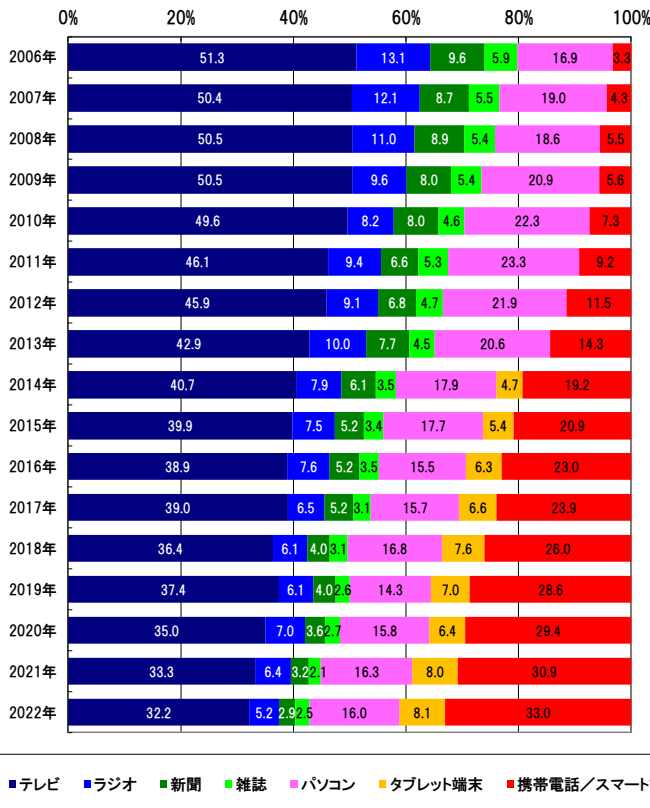
①-1 メディア総接触時間の時系列推移(1日あたり/週平均)

Q. あなたは、自宅内・外を問わず、各情報メディアを、どのくらい見たり利用したりしていますか？



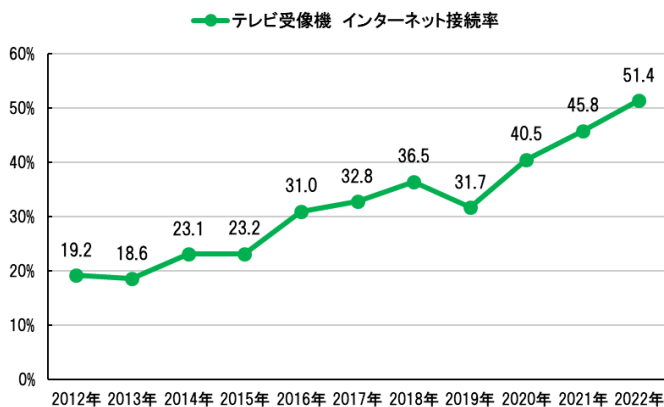
※メディア総接触時間は、各メディアの接触時間の合計値 各メディアの接触時間は不明を除く有効回答から算出
 ※2014年より「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、「携帯電話(スマートフォン含む)からのインターネット」を「携帯電話・スマートフォン」に表記を変更
 ※タブレット端末は、2014年より調査

①-2 メディア総接触時間の時系列推移 構成比



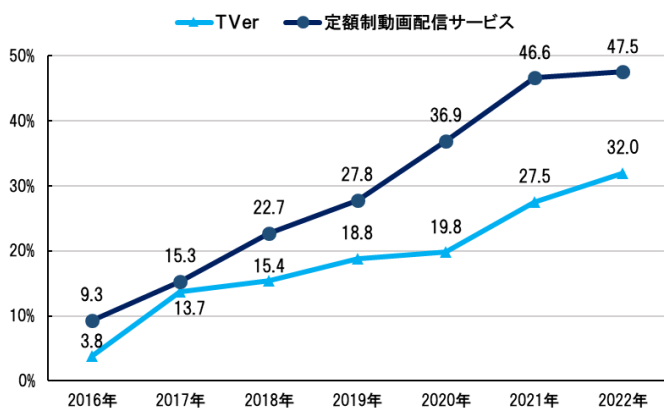
※メディア総接触時間は、各メディアの接触時間の合計値 各メディアの接触時間は不明を除く有効回答から算出
 ※2014年より「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、「携帯電話(スマートフォン含む)からのインターネット」を「携帯電話・スマートフォン」に表記を変更
 ※タブレット端末は、2014年より調査

②-1 テレビ受像機のインターネット接続率 時系列推移



※2012年より調査

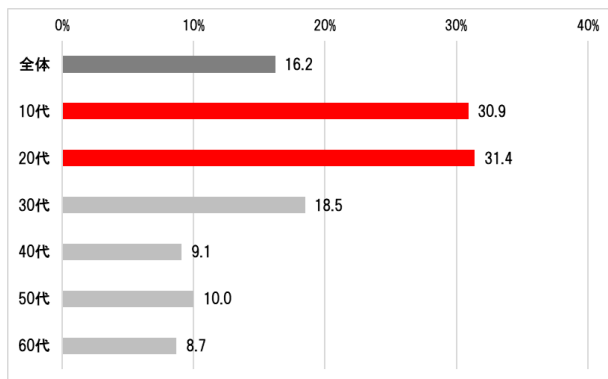
②-2 TVer・定額制動画配信サービスの利用率 時系列推移



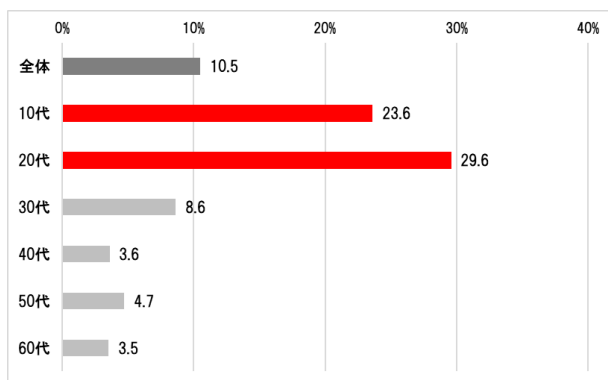
※2016年より調査

③ 生活者の新メディア行動

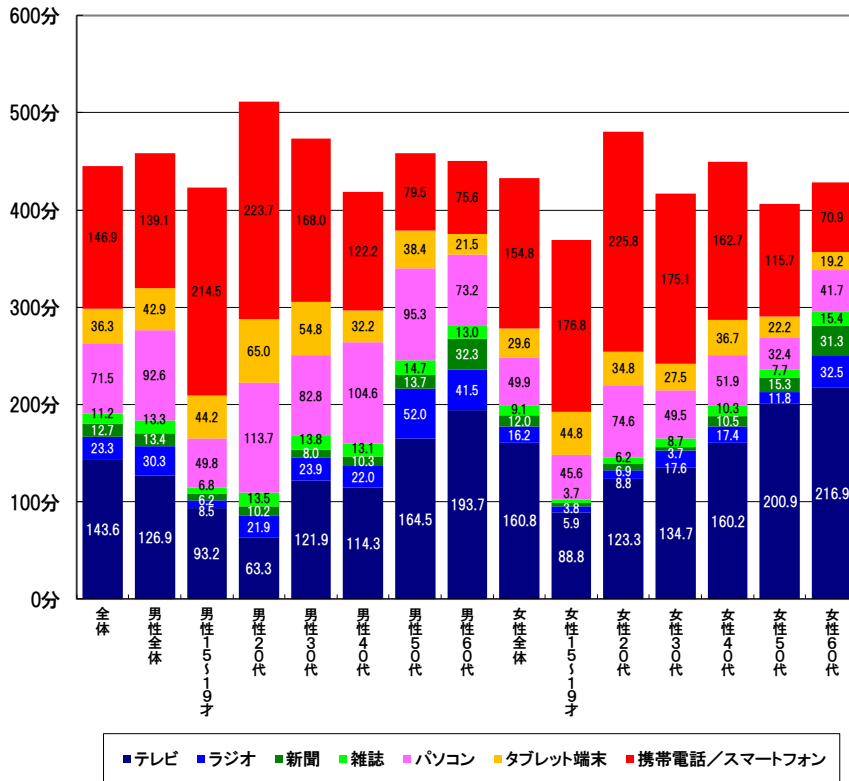
LINEやZoomなどの音声やビデオ通話を使って、家族や友人、知人と数時間つなぎっぱなしで過ごすことがある



別の場所にいる家族や友人、知人とテレビ、動画、音楽などをオンラインで同時に楽しむことがある

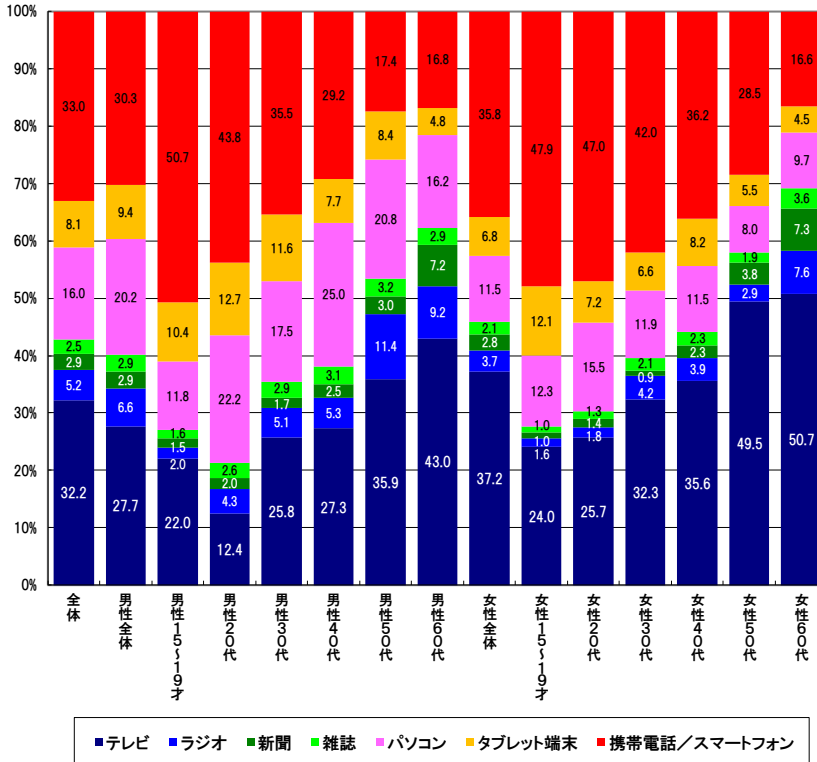


○ 性年代別メディア総接触時間(1日あたり/週平均)



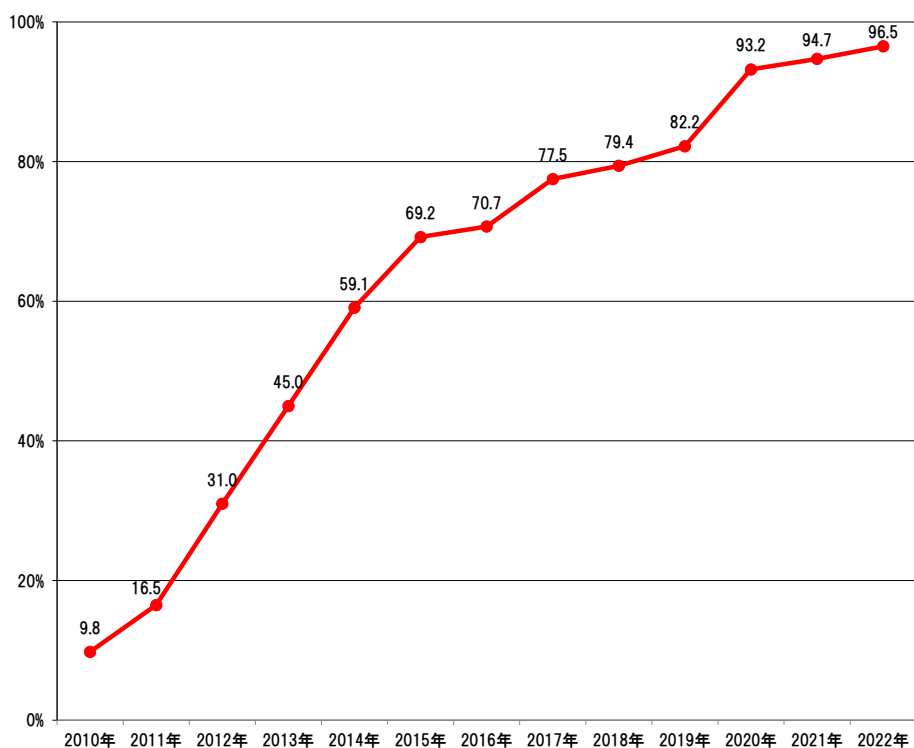
※メディア総接触時間は、各メディアの接触時間の合計値 各メディアの接触時間は不明を除く有効回答から算出
 ※2014年より「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、「携帯電話(スマートフォン含む)からのインターネット」を「携帯電話・スマートフォン」に表記を変更
 ※タブレット端末は、2014年より調査

○ 性年代別メディア総接触時間の構成比



※メディア総接触時間は、各メディアの接触時間の合計値 各メディアの接触時間は不明を除く有効回答から算出
 ※2014年より「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、「携帯電話(スマートフォン含む)からのインターネット」を「携帯電話・スマートフォン」に表記を変更
 ※タブレット端末は、2014年より調査

○ スマートフォン所有率の時系列推移



○ 性年代別スマートフォン所有率2022

