

メ環研の「メ」からウロコ

# 発見！令和のテレビっ子

テレビ番組視聴意識調査2021

2021.7.15

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所



## 著作権などについて

調査結果を用いたグラフなどに含まれる一切の情報にかかる著作権などの一切の権利は、株式会社博報堂DYメディアパートナーズに帰属します。

ユーザーの方々は、これらの情報を表示、複製、掲載、印刷などを行うことができます。

ただし、調査結果を用いたグラフなどに含まれる一切の情報そのものを改変することは認められません。

また、ご利用の場合には、出典として

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 「テレビ番組視聴意識調査2021」

を必ず明記してください。

## 「テレビ番組視聴意識調査2021年」

- 対象者: 男女15才～69才 1175サンプル
- 対象地域: 全国
- 手法: インターネット調査
- 期間: 2021年 5月26日～6月2日



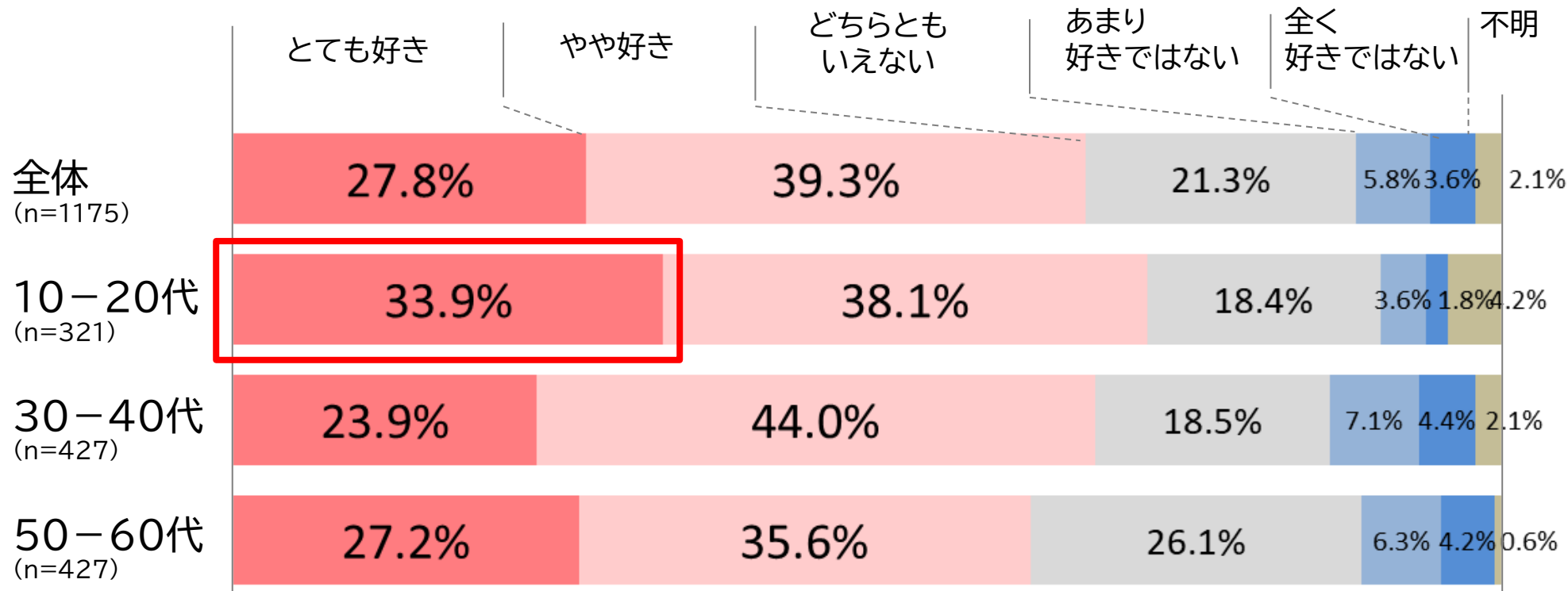
若者ほどテレビ番組がとても好き。

テレビ受像機だけでなく、  
様々な機器・サービスで  
自由に楽しむのが令和のテレビっ子。

## 1. テレビ番組への好意度

「テレビ番組」を「とても好き」な人は **10-20代** で最も多い。

Q.あなたはテレビ局が制作したドラマやバラエティ、報道、アニメといった「テレビ番組」を好きですか？



10代は「15-19才」が対象

(参考)

特に10代の4割は「テレビ番組」をととても好き。  
一方、40代では「とても好きな人」が最も少ない。

Q.あなたはテレビ局が制作したドラマやバラエティ、報道、アニメなど「テレビ番組」を好きですか？

		n	とても好き	やや好き	どちらともいえない	あまり好きでない	全く好きでない	不明
全体		1175	27.8	39.3	21.3	5.8	3.6	2.1
年代別	10-20代	320	33.9	38.1	18.4	3.6	1.8	4.2
	30-40代	427	23.9	44.0	18.5	7.1	4.4	2.1
	50-60代	427	27.2	35.6	26.1	6.3	4.2	0.6
年代別 詳細	10代	107	41.3	37.0	14.5	2.7	1.8	2.7
	20代	214	30.2	38.7	20.4	4.0	1.8	4.9
	30代	214	26.6	43.7	17.1	6.3	5.0	1.3
	40代	214	21.1	44.4	19.9	7.9	3.9	2.8
	50代	214	29.2	33.4	28.7	4.8	3.8	0.0
	60代	214	25.3	37.7	23.5	7.8	4.6	1.2

全体より  
+10pt以上 5pt以上  
-5pt以下 10pt以下

# 10-20代のテレビ好きは、「ドラマ」「バラエティ」「アニメ」が好き

Q「テレビ番組」の中で、あなたが好きなジャンルは何ですか？あてはまるものをすべてお選びください。

		n	ドラマ	バラエティ	報道	ドキュメンタリー	アニメ	スポーツ	その他	好きなジャンルは
全体		1175	56.0	55.7	40.2	40.1	33.1	26.8	1.3	5.4
性別	男性	587	47.3	54.1	45.3	42.6	36.9	37.7	0.9	6.1
	女性	588	64.7	57.2	35.1	37.6	29.3	15.8	1.7	4.8
年代別	10-20代	320	50.6	61.1	22.1	23.9	42.9	16.8	0.9	5.6
	30-40代	427	53.1	60.5	37.5	39.7	37.4	29.7	0.9	6.4
	50-60代	427	62.8	46.9	56.0	52.2	21.7	31.1	1.9	4.4
テレビ好き	10-20代テレビ好き	109	70.1	68.4	25.4	30.7	50.9	20.1	0.0	0.9
	30-40代テレビ好き	102	71.1	75.8	46.1	50.6	45.8	42.3	0.9	0.0
	50-60代テレビ好き	116	87.4	62.6	56.6	59.9	33.5	38.7	1.6	0.0

全体より  
■ +10pt以上 ■ +5pt以上  
■ -5pt以下 ■ -10pt以下

# 女性を中心に男性まで幅広く支持される「ドラマ」「バラエティ」。 「アニメ」は男性中心に50代まで支持される

Q2「テレビ番組」の中で、あなたが好きなジャンルは何ですか？あてはまるものをすべてお選びください。

全体より

- +10pt以上
- 5pt以下
- 5pt以上
- 10pt以下

	n	ドラマ	バラエティ	報道	ドキュメンタリー	アニメ	スポーツ	その他	好きなジャンルはない
全体	1175	56.0	55.7	40.2	40.1	33.1	26.8	1.3	5.4
男性	587	47.3	54.1	45.3	42.6	36.9	37.7	0.9	6.1
女性	588	64.7	57.2	35.1	37.6	29.3	15.8	1.7	4.8
10-20代	320	50.6	61.1	22.1	23.9	42.9	16.8	0.9	5.6
30-40代	427	53.1	60.5	37.5	39.7	37.4	29.7	0.9	6.4
50-60代	427	62.8	46.9	56.0	52.2	21.7	31.1	1.9	4.4
男性15~19歳	53	45.5	56.4	29.1	30.9	43.6	21.8	0.0	3.6
男性20代	107	35.2	53.3	27.6	21.9	41.9	21.9	1.0	10.5
男性30代	107	43.1	61.5	39.4	37.5	43.2	42.2	0.0	7.3
男性40代	107	45.1	63.5	49.5	47.3	42.3	50.5	1.0	6.4
男性50代	107	57.5	54.3	54.3	45.8	43.9	34.2	0.9	2.9
男性60代	107	55.5	36.5	63.3	65.4	9.4	47.2	2.2	4.9
女性15~19歳	53	62.3	62.3	5.7	20.8	54.7	7.5	1.9	5.7
女性20代	107	62.4	70.7	21.1	23.8	37.6	13.8	0.9	1.8
女性30代	107	63.6	67.3	20.9	27.3	36.4	9.1	1.8	6.4
女性40代	107	60.5	49.6	40.4	46.8	27.6	16.5	0.9	5.5
女性50代	107	69.2	51.0	53.8	51.3	20.5	18.3	2.7	3.6
女性60代	107	68.7	45.5	52.7	46.4	12.5	25.0	1.8	6.2



# 10-20代は「テレビ受像機」(63.7%)は上の年代に比べ低いが 過半数が「スマートフォン」(54.6%)でも見る。

Q あなたは「テレビ番組」を、どのような**機器**で見えていますか？当てはまるものをすべてお答えください。  
(「テレビ番組」は見ない人は除く)

		n	テレビ受像機	スマートフォン	パソコン	タブレット	その他
全体		1102	81.4	29.5	17.6	11.3	0.4
性別	男性	549	81.6	31.1	23.7	12.8	0.2
	女性	553	81.2	27.9	11.6	9.9	0.5
年代別	10-20代	294	63.7	54.6	21.1	16.3	1.0
	30-40代	401	83.9	28.2	19.7	10.8	0.3
	50-60代	407	91.8	12.7	13.0	8.3	0.0
テレビ好き	10-20代テレビ好き	106	72.0	64.0	23.5	19.0	0.9
	30-40代テレビ好き	102	90.0	32.7	19.6	13.0	0.0
	50-60代テレビ好き	116	94.8	15.8	11.5	10.9	0.0

全体より  
■ +10pt以上 ■ +5pt以上  
■ -5pt以下 ■ -10pt以下

## テレビ番組をみるのに最もよく利用する機器は、「テレビ受像機」派(53.6%)が過半数。次いで「スマートフォン」派(34.7%)となる。

Qあなたは「テレビ番組」を見るために最もよく利用している機器は何ですか？1つお答えください。

(「テレビ番組」は見ない人は除く)

		n	テレビ受像機	スマートフォン	パソコン	タブレット	その他
全体		1102	76.3	15.0	5.8	2.7	0.2
性別	男性	549	75.5	15.7	6.8	2.0	0.0
	女性	553	77.1	14.3	4.8	3.5	0.3
年代別	10-20代	294	53.6	34.7	6.8	4.2	0.6
	30-40代	401	79.2	12.4	6.2	2.2	0.0
	50-60代	407	89.8	3.2	4.7	2.2	0.0
テレビ好き	10-20代テレビ好き	106	54.9	36.0	5.5	3.6	0.0
	30-40代テレビ好き	102	85.2	8.0	4.9	1.9	0.0
	50-60代テレビ好き	116	92.3	2.7	2.5	2.6	0.0

全体より  
■ +10pt以上    ■ +5pt以上  
■ -5pt以下    ■ -10pt以下

10-20代では「リアルタイム放送」「ビデオ録画」に加え、「無料動画」「見逃し視聴サービス」「有料動画配信サービス」など幅広いサービスで視聴している。テレビ好きはさらにその傾向が高くなる。

Qあなたは「テレビ番組」(ドラマやバラエティ、情報、アニメなど)を、どのような方法で見えていますか？(複数回答)

		n	リアルタイムのテレビ放送	ビデオ録画	見逃し視聴サービス (TVerなど)	有料動画配信サービス (AmazonPrime、Netflixなど)	無料動画 (YouTubeなど)	インターネットテレビ (AbemaTVなど)	その他	「テレビ番組」は見えていない
全体より										
			+ 10pt以上	+ 5pt以上	- 5pt以下	- 10pt以下				
全体		1150	75.7	55.7	30.1	26.0	32.7	8.7	0.3	4.2
性別	男性	575	74.0	54.3	27.6	26.9	35.4	8.8	0.4	4.5
	女性	575	77.4	57.1	32.6	25.1	29.9	8.7	0.2	3.8
年代別	10-20代	307	67.1	49.7	37.2	37.0	44.4	13.3	0.3	4.3
	30-40代	418	77.5	57.8	30.8	25.2	33.2	8.7	0.3	4.1
	50-60代	425	80.1	57.9	24.2	18.9	23.7	5.4	0.3	4.1
テレビ好き	10-20代テレビ好き	109	75.4	61.3	48.2	41.2	57.0	23.6	0.0	2.6
	30-40代テレビ好き	102	83.5	69.6	44.3	29.7	35.5	13.1	1.1	0.0
	50-60代テレビ好き	116	85.6	80.8	33.2	26.3	28.7	7.2	0.0	0.0

若者ほどテレビ番組が好き。

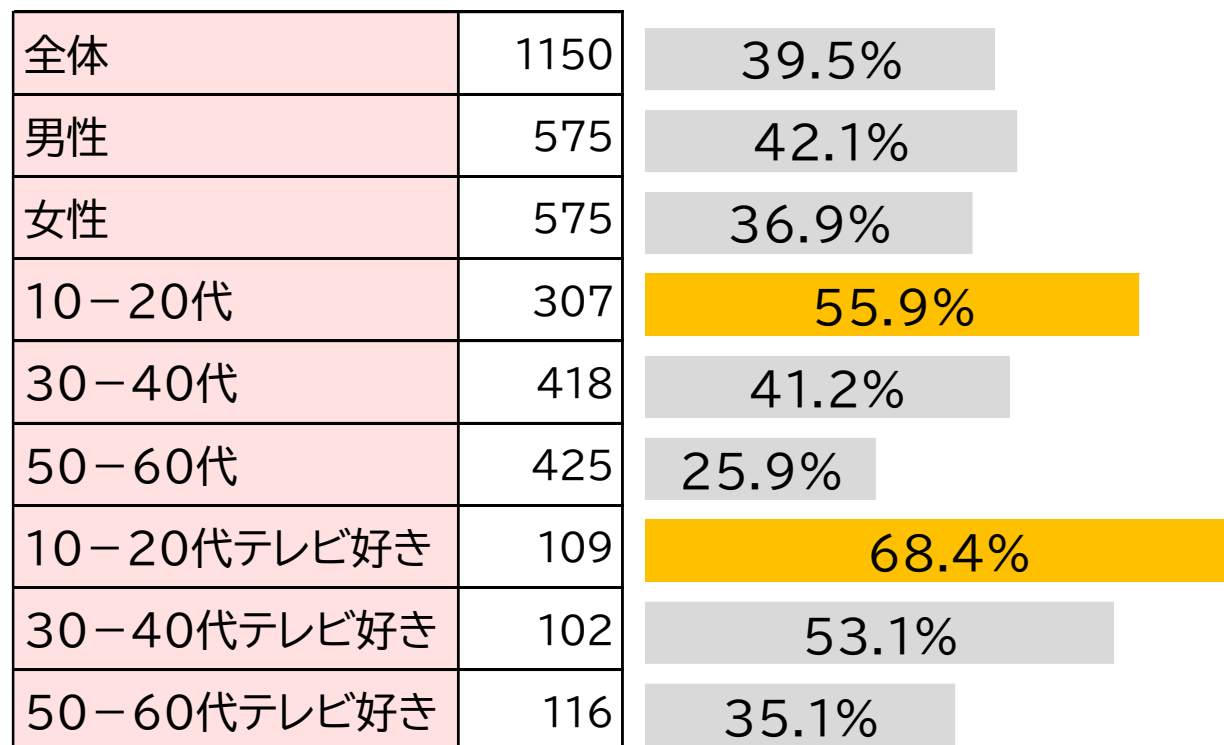
テレビ受像機だけでなく、  
様々な機器・サービスで  
自由に楽しむのが令和のテレビっ子。

多くの選択肢の中で失敗を  
回避するのが令和のテレビっ子

SNSやランキングの  
可視化された評判で後追い視聴。

10-20代は、「リアルタイムにテレビで放送されている番組だけでなくネット上で見られる番組も含めて選ぶ」人が過半数。

見たい番組は、リアルタイムにテレビで放送している番組だけでなく、ネット上でみられる番組も含めて選んでいる:「はい」



10-20代は選択肢が多い中で、事前に「失敗しないように調べる」人が35.7%おり、放送後「話題になっている番組を後追いで見るが増えた」(48.4%)人も多い。

新しい番組をみるときは、失敗しないように周囲の評判や番組の内容を詳しく調べる

全体	1150	23.2%
男性	575	24.6%
女性	575	21.8%
10-20代	307	35.7%
30-40代	418	22.9%
50-60代	425	14.4%
10-20代テレビ好き	109	47.3%
30-40代テレビ好き	102	33.1%
50-60代テレビ好き	116	18.5%

話題になっている番組を、後追いでみるが増えた

全体	1150	36.0%
男性	575	32.8%
女性	575	39.2%
10-20代	307	48.4%
30-40代	418	38.8%
50-60代	425	24.3%
10-20代テレビ好き	109	67.5%
30-40代テレビ好き	102	59.9%
50-60代テレビ好き	116	35.5%

10-20代は「SNSで話題になっているのをきっかけに新しい番組をみるが増えた」(44.4%)や「どの番組をみるか選ぶときに見逃し配信サービスのランキングを参考にすることが増えた」(37.9%)が多い

SNSで話題になっているのをきっかけに新しい番組をみるが増えた

全体	1150	24.5%
男性	575	23.1%
女性	575	25.9%
10-20代	307	44.4%
30-40代	418	23.5%
50-60代	425	11.2%
10-20代テレビ好き	109	57.8%
30-40代テレビ好き	102	36.2%
50-60代テレビ好き	116	14.1%

どの番組をみるか選ぶときに見逃し配信サービスの「ランキング」を参考にすることが増えた

全体	1150	21.5%
男性	575	19.8%
女性	575	23.2%
10-20代	307	37.9%
30-40代	418	22.6%
50-60代	425	8.6%
10-20代テレビ好き	109	47.3%
30-40代テレビ好き	102	34.6%
50-60代テレビ好き	116	12.5%



多くの選択肢の中で失敗を  
回避するのが令和のテレビっ子

SNSやランキングの  
可視化された評判で後追い視聴。

令和のテレビっ子に刹那なし。

リアルタイムはもちろん、  
関連動画やSNSで  
繰り返し複層的に楽しむ。

## 5. テレビ番組の楽しみ方 TOP3

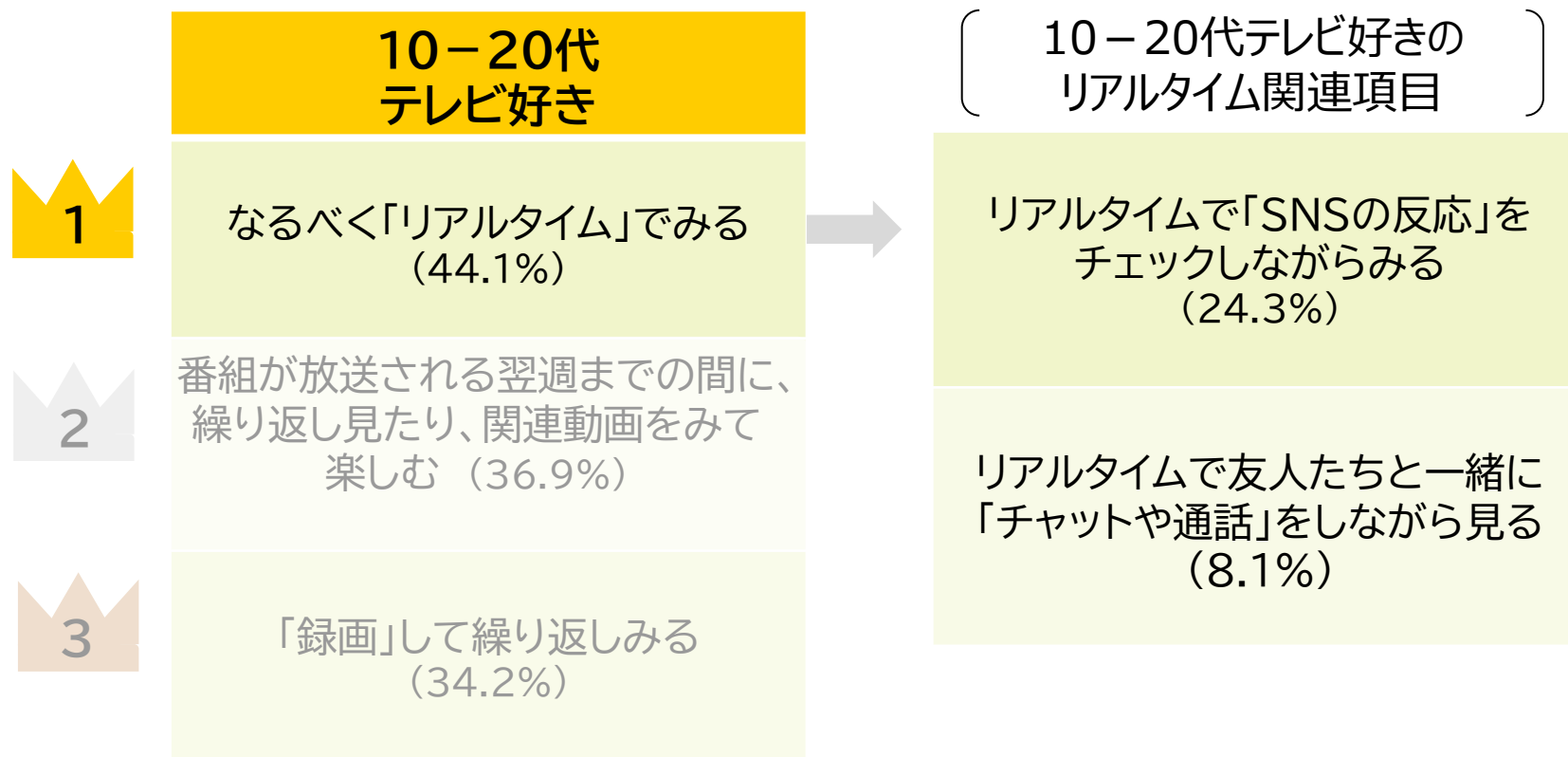
テレビ好きのテレビの楽しみ方Top3は同じ顔ぶれ

「なるべくリアルタイムでみる」「録画して繰り返し見る」、特に10-20代で多いのが「番組が放送される翌週までの間に繰り返し見たり、関連動画を見て楽しむ」

	10-20代 テレビ好き	30-40代 テレビ好き	50-60代 テレビ好き
1	なるべく「リアルタイム」でみる (44.1%)	なるべく「リアルタイム」でみる (39.7%)	なるべく「リアルタイム」でみる (48.2%)
2	番組が放送される翌週までの間に、 繰り返し見たり、関連動画を見て 楽しむ (36.9%)	「録画」して繰り返しみる (28.5%)	「録画」して繰り返しみる (40.5%)
3	「録画」して繰り返しみる (34.2%)	番組が放送される翌週までの間に、 繰り返し見たり、関連動画を見て 楽しむ (26.4%)	番組が放送される翌週までの間に、 繰り返し見たり、関連動画を見て 楽しむ (13.9%)

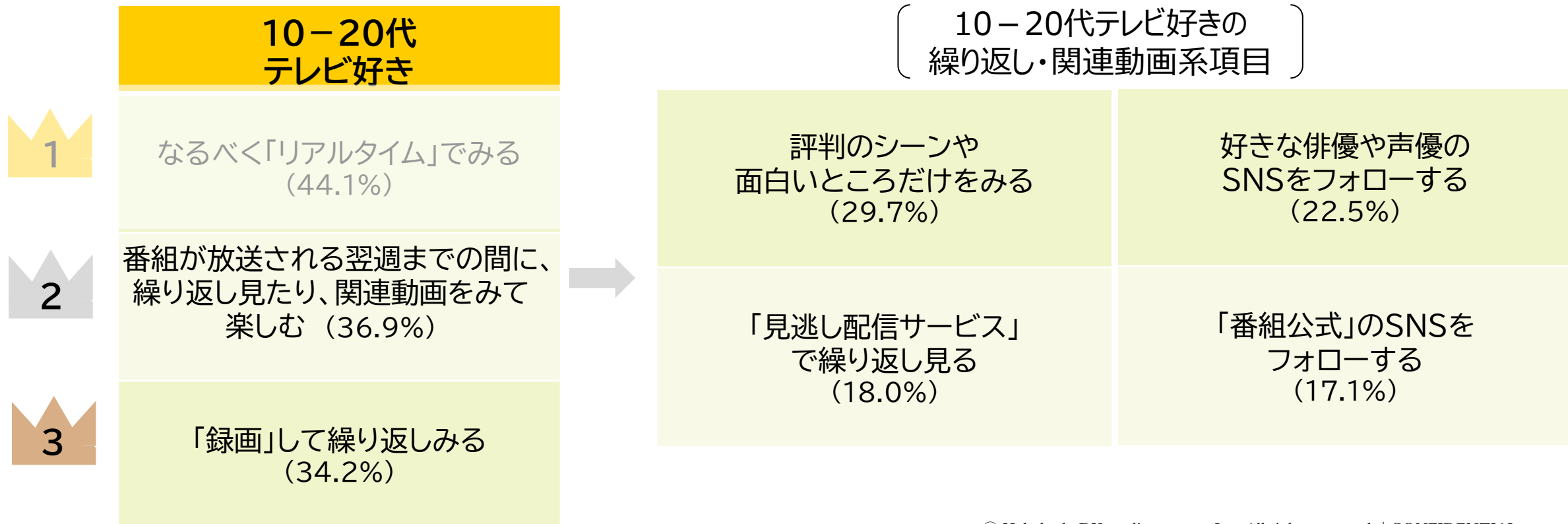
## 5. テレビ番組の楽しみ方 :リアルタイム

10-20代テレビ好きのテレビの楽しみ方Top3は、「なるべくリアルタイムでみる」(44.1%)「番組が放送される翌週までの間に、繰り返し見たり、関連動画を見て楽しむ」(36.9%)「評判のシーンや面白いところだけを見る」(34.2%)



## 5. テレビ番組の楽しみ方: SNS関連動画

10-20代テレビ好きのテレビの楽しみ方Top3は、「なるべくリアルタイムでみる」(44.1%)「番組が放送される翌週までの間に、繰り返し見たり、関連動画を見て楽しむ」(36.9%)「評判のシーンや面白いところだけを見る」(34.2%)



繰り返し見ている10-20代は「お気に入りシーンをクリッピングして保存」したい欲求も高い。

ドラマやスポーツなど、お気に入りのシーンをクリッピングして保存できたら嬉しい

全体	1150	29.4%
男性	575	29.0%
女性	575	29.7%
10-20代	307	41.3%
30-40代	418	29.6%
50-60代	425	20.5%
10-20代テレビ好き	109	57.0%
30-40代テレビ好き	102	42.9%
50-60代テレビ好き	116	28.7%

## 「見逃し配信サービスや定額制動画配信サービスを利用してから、自分の住んでいる地域以外の放送局の番組をみるが増えた」が半数

見逃し配信サービスや定額制動画配信サービスを利用してから、自分の住んでいる地域以外の放送局の番組をみるが増えた

全体	1150	23.7%
男性	575	24.9%
女性	575	22.5%
10-20代	307	36.9%
30-40代	418	25.6%
50-60代	425	12.3%
10-20代テレビ好き	109	49.1%
30-40代テレビ好き	102	39.2%
50-60代テレビ好き	116	16.4%

## 「好きな番組をみるときはなるべく大人数でみたい」「いいと思ったシーンを仲間にシェアできたら嬉しい」などみんなと分かち合い楽しみたい

好きな番組をみるときはなるべく大人数でみたい

全体	1150	17.3%
男性	575	18.6%
女性	575	15.9%
10-20代	307	27.6%
30-40代	418	17.9%
50-60代	425	9.2%
10-20代テレビ好き	109	43.0%
30-40代テレビ好き	102	27.7%
50-60代テレビ好き	116	11.9%

ドラマやスポーツなど、いいと思ったシーンを仲間にシェアできたら嬉しい

全体	1150	24.3%
男性	575	25.4%
女性	575	23.2%
10-20代	307	39.1%
30-40代	418	24.0%
50-60代	425	14.0%
10-20代テレビ好き	109	48.2%
30-40代テレビ好き	102	36.7%
50-60代テレビ好き	116	19.8%

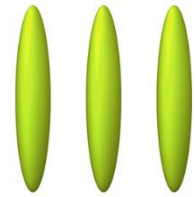


令和のテレビっ子に刹那なし。

リアルタイムはもちろん、  
関連動画やSNSで  
繰り返し複層的に楽しむ。

# 「発見！令和のテレビっ子」

- 🔍 若者ほど「テレビ番組」が「とても好き」
- 🔍 テレビ受像機だけでなく、様々な機器で自由に楽しむ
- 🔍 多くの選択肢の中で失敗回避！  
SNSやランキングの可視化された評判で後追い視聴。
- 🔍 リアルタイムはもちろん、関連動画やSNSで  
繰り返し複層的に楽しむ。



Hakuhodo DY  
media partners